

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**

**JOÃO PAULO LOPES DE MEIRA HERGESEL**

**A TELEVISÃO BRASILEIRA EM RITMO DE FESTA:  
A telepoética nas produções do SBT**

**SÃO PAULO  
2019**

**JOÃO PAULO LOPES DE MEIRA HERGESEL**

**A TELEVISÃO BRASILEIRA EM RITMO DE FESTA:  
A telepoética nas produções do SBT**

Tese de Doutorado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Ferraraz.

**SÃO PAULO  
2019**

O presente trabalho foi realizado com apoio da  
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
– Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca UAM  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

545t Hergesel, João Paulo Lopes de Meira  
A televisão brasileira em ritmo de festa: a telepoética nas produções do SBT / João  
Paulo Lopes de Meira Hergesel. - 2019.  
233f. : il.; 30cm.

Orientador: Rogério Ferraraz.  
Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo,  
2019.  
Bibliografia: f.175

1. Televisão. 2. Telepoética. 3. Narrativa. 4. Estilo. 5. SBT.

CDD 302.2

**JOÃO PAULO LOPES DE MEIRA HERGESEL**

**A TELEVISÃO BRASILEIRA EM RITMO DE FESTA:  
A telepoética nas produções do SBT**

Tese de Doutorado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Ferraraz.

Aprovado em: 12/04/2019.

---

Prof. Dr. Rogério Ferraraz

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Míriam Cristina Carlos Silva

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Clarice Greco Alves

---

Prof. Dr. Renato Luiz Pucci Jr.

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Ignês Carlos Magno

Este trabalho é dedicado ao Nick, eterno companheiro canino, que esteve ao meu lado durante os anos de doutorado e agora descansa no céu dos animais.

“Porcaria por porcaria, fiquem aqui no SBT!”  
**Silvio Santos**, durante seu programa, em 15/10/2017.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Vídeo armazenado no site Mais UOL. Disponível em <https://tv.uol/16Wpj>. Acesso em: 15 fev. 2019.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, pelas boas energias, que me sustentaram física e emocionalmente durante os anos de doutorado. E...

... Aos meus pais, Conceição e Tadeu, que conviveram com minhas euforias e angústias, acompanhando-me em encontros científicos e participando das minhas conversas sobre televisão.

... Ao Vini, à Érica e a todos os amigos mais próximos, que, mesmo sem serem da área de Comunicação, ajudavam-me a não perder o foco.

... Aos colegas da Universidade Anhembi Morumbi, que compartilharam as emoções e desventuras da vida de pós-graduando.

... Aos colegas da Universidade de Sorocaba, que me impulsionaram desde a graduação e acompanharam ativamente do meu percurso.

... Aos colegas do grupo de pesquisa em Narrativas Midiáticas, por todos os encontros em que falamos de Narratologia e Estilística.

... Aos colegas do grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira, pelas reuniões que me fizeram aprender mais sobre essa mídia.

... Aos colegas do grupo de estudos em Narrativas Midiáticas Infantis e Juvenis, por terem aceitado se juntar a mim nesse tema tão peculiar.

... Aos colegas do grupo de pesquisa Ficção Seriada da Intercom, por acolherem tão bem minhas análises sobre o SBT.

... Aos colegas da rede Obitel Brasil, pelas constantes trocas de ideias, pareceres e sugestões.

... Aos colegas da Red Inav, por terem me convidado a fazer parte do grupo e compartilharem suas experiências com o audiovisual ibero-americano.

... Aos colaboradores das editoras Jogo de Palavras, Provocare, Patuá, Penalux, Telucazu e SM Edições, por terem publicado alguns de meus trabalhos.

... À diretoria da Academia de Letras de Teófilo Otoni, da Academia Cearense da Língua Portuguesa, da Academia Cearense de Letras, da Academia Lavrense de Letras, da Academia Olindense de Letras e da Academia de Letras de Campos do Jordão, por terem me imortalizado como membro correspondente.

... À Priscila Stoliar, à Daniela Martins, à Marcela Arantes, ao Arthur Ingeez, ao Ricardo Mantoanelli e a toda a equipe do SBT, que me recebeu de braços e coração abertos quando contei desta pesquisa.

... À Eliana, ao Ivo Holanda, à Sophia Valverde e a todo o elenco da emissora, que também dividiu momentos de carinho quando de minhas visitas.

... Aos amigos Rafael Barbosa Fialho Martins e Joana d'Arc Nantes, também engajados na produção científica sobre o SBT.

... Aos amigos do G. E. Seareiros da Boa Vontade, que sempre estiveram oferecendo apoio e boas vibrações.

... Ao professor doutor Luiz Vadico, por ter me apresentado ao melodrama e despertado meu olhar sobre esse aspecto.

... Aos professores doutores Renato Pucci Jr. e Míriam Cristina Carlos Silva, que ofereceram valiosas recomendações antes, durante e após o exame de qualificação.

... Às professoras doutoras Maria Ignês Carlos Magno e Clarice Greco, que se juntaram a esta aventura, concordando em colaborar na banca de defesa.

... Aos professores doutores Luiz Vadico, Laura Loguercio Cánepa, Simone Maria Rocha e Gabriela Borges, que se disponibilizaram a conhecer este trabalho, aceitando a suplência da banca final.

... Ao professor doutor Rogério Ferraraz, pela paciência, compreensão e refinada orientação, além de bate-papos diversos, que vieram a consolidar uma sólida amizade.

... Aos demais professores do PPGCom, pela comunicação afetiva que estabelecemos ao longo desses anos.

... Às colaboradoras do PPGCom, Alessandra Marota e Simone Ferreira, por estarem sempre às ordens quando precisei.

... À amiga Isabella Pichiguelli, pela revisão primorosa no texto deste trabalho.

... E à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pelo vínculo científico e pelo fomento oferecido.

## RESUMO

Ao se observar a programação diária do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), percebeu-se que a emissora tende a compor uma poética televisiva embasada em variadas estratégias expressivas para fortalecer sua identidade audiovisual e provocar o lado sensível do espectador. Tal fenômeno foi responsável pelo surgimento da seguinte inquietação: no âmbito da televisão brasileira contemporânea, como o SBT estrutura e desenvolve suas produções, especialmente de ficção seriada e variedades? A relevância em se explorar esse questionamento encontra-se: no fortalecimento das pesquisas científicas acerca da telepoética (termo que designa o modo de constituição de produtos televisivos, bem como sua função, efeitos e usos); no fomento aos estudos televisivos nos sentidos de criação (modo de constituição das narrativas) e de fruição (possibilidade de apreensão do estilo); e no aprofundamento do olhar sobre uma emissora que contribui com a cultura audiovisual brasileira há quase quatro décadas, sustentando a vice-liderança de audiência na maior parte desse período. O referencial teórico contou com diversos autores, dentre os quais encontram-se Jeremy G. Butler, Maria Celeste Mira e Simone Maria Rocha. Com a finalidade de se chegar a um resultado plausível, realizou-se, a partir do método qualitativo e empírico, uma série de análises narrativas e estilísticas, tendo como recorte três telenovelas assinadas por Íris Abravanel – *Carrossel* (2012-2013), *Chiquititas* (2013-2015) e *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016) – e três programas de auditório – *Eliana* (2009-presente), *Domingo Legal* (1993-presente) e *Máquina da Fama* (2013-2017). Esta pesquisa, portanto, teve como objetivo geral entender as relações entre narrativa e estilo nas produções do SBT. Dentre os objetivos específicos, estiveram: conhecer a trajetória da emissora no contexto da televisão brasileira; revisitar os conceitos de narrativa e estilo, observando os produtos audiovisuais oferecidos pelo canal; aprofundar o conhecimento acerca da ficção seriada televisiva e dos programas de auditório, em suas contribuições comunicacionais e culturais; e descobrir quais são os traços mais marcantes na composição visual, nos elementos sonoros e na expressão verbal que compõem os produtos da emissora. O resultado apontou que a telepoética do SBT, formada por procedimentos narrativos e marcas estilísticas diversos, parece reunir, dentre outros aspectos: personagens com características bem definidas; conflitos explícitos; ambientações habituais; posicionamentos de atuação demarcados; figurinos estereotipados; maquiagens exageradas; iluminação excessiva; sonografia agitada; priorização da comicidade; prevalência da espontaneidade; sensação de cooperação; e diálogo indispensável. Espera-se que este trabalho venha a ser uma contribuição para a área de Comunicação, no que se refere às pesquisas em Língua Portuguesa sobre telepoética, sobre a televisão brasileira em seu modelo comercial aberto e sobre o uso da Narratologia e da Estilística combinadas para o estudo de fenômenos televisuais.

**Palavras-chave:** Análise de produtos audiovisuais. Telepoética. Narrativa. Estilo. SBT.

## ABSTRACT

**The Brazilian television in rhythm of party: telepoetics in productions by SBT.** By observing the daily TV Schedule from Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), it was noticed that the television network tends to compose a televised poetics based on varied expressive strategies to strengthen its audiovisual identity and to provoke the viewer's sensitive side. Such phenomenon was responsible for the emerging of the following quest: in the scope of contemporary Brazilian television, how SBT structures and develops its productions, specially serial fiction and variety shows? The relevance on exploring this questioning lies: on the strengthening of scientific researches about telepoetics (term that designates the way televised products are constituted, as well as its function, effects and usages); on the fomentation of televised studies in the senses of creation (the way narratives are constituted) and fruition (possibility of apprehension of style); and on the deepening of the view over a television network that contributes to the Brazilian audiovisual culture for almost four decades, sustaining the vice leadership spot for the most part of this period. The theoretical framework included several authors, among which are Jeremy G. Butler, Maria Celeste Mira and Simone Maria Rocha. With the purpose of arriving at a plausible result, it was carried out, starting with a qualitative and empiric method, a series of narrative and stylistic analysis, taking as a cut three telenovelas written by Íris Abravanel – *Carrossel* (2012-2013), *Chiquititas* (2013-2015) and *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016) – and three TV shows – *Eliana* (2009-present), *Domingo Legal* (1993-present) and *Máquina da Fama* (2013-2017). Therefore, the main goal of this research was to understand the relations between narrative and style on the productions from SBT. Among the specific goals, there were: to know the trajectory of the television network in the scope of Brazilian television; to revisit the narrative and style concepts, observing the audiovisual products offered by the channel; to deepen the knowledge about televised fiction productions and TV shows, in their communicational and cultural contributions; and to find out what are the most remarkable traces in the visual compositions, in the sonorous elements and in the verbal expression that compose the television network's products. The result showed that the SBT's telepoetics, composed of miscellaneous narrative procediments and stylistic marks, seems to gather, among other aspects: characters with very defined characteristics; explicit conflicts; costumary ambients; marked acting positionings; stereotypical costumes; excessive makeups; over the top lighting; hectic background music; priorization of comicality; prevalence of spontaneity; feeling of cooperation; and indispensable dialogue. It is hoped that this work will be a contribution to the area of Communication, regarding Portuguese-language research on telepoetry, about Brazilian television in its open commercial model and on the use of Narratology and Stylistics combined for the study of television phenomena.

**Keywords:** Audiovisual products analysis. Telepoetics. Narrative. Style. SBT.

## RESUMEN

**La televisión brasileña en ritmo de fiesta: la telepoética en las producciones del SBT.** Al observar la programación diaria del Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), se percibió que la emisora tiende a componer una poética televisiva embasada en variadas estrategias expresivas para fortalecer su identidad audiovisual y provocar el lado sensible del espectador. Este fenómeno fue responsable por el surgimiento de la siguiente inquietud: en el ámbito de la televisión brasileña contemporánea, como el SBT estructura y desarrolla sus producciones, especialmente de ficción seriada y variedades? La relevancia en explorar este cuestionamiento se encuentra: en el fortalecimiento de las investigaciones científicas acerca de la telepoética (término que designa el modo de constitución de productos televisivos, así como su función, efectos y usos); en el fomento a los estudios televisivos en los sentidos de creación (modo de constitución de las narrativas) y de fruición (posibilidad de aprehensión del estilo); y en la profundización de la mirada sobre una emisora que contribuye con la cultura audiovisual brasileña hace casi cuatro décadas, sosteniendo el vice-liderazgo de audiencia en la mayor parte de ese período. El referencial teórico contó con diversos autores, entre los cuales se encuentran Jeremy G. Butler, Maria Celeste Mira y Simone Maria Rocha. Con el fin de llegar a un resultado plausible, se realizó, a partir del método cualitativo y empírico, una serie de análisis narrativos y estilísticos, teniendo como recorte tres telenovelas firmadas por Iris Abravanel – *Carrossel* (2012-2013), *Chiquititas* (2013-2015) y *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016) – y tres programas de auditorio – *Eliana* (2009-presente), *Domingo Legal* (1993-presente) y *Máquina da Fama* (2013-2017). Esta investigación, por lo tanto, tuvo como objetivo general entender las relaciones entre narrativa y estilo en las producciones del SBT. Entre los objetivos específicos, estuvieron: conocer la trayectoria de la emisora en el contexto de la televisión brasileña; visitar los conceptos de narrativa y estilo, observando los productos audiovisuales ofrecidos por el canal; profundizar el conocimiento acerca de la ficción seriada televisiva y de los programas de auditorio, en sus contribuciones comunicacionales y culturales; y descubrir cuáles son los rasgos más marcados en la composición visual, en los elementos sonoros y en la expresión verbal que componen los productos de la emisora. El resultado apuntó que la telepoética del SBT, formada por procedimientos narrativos y marcas estilísticas diversas, parece reunir, entre otros aspectos: personajes con características bien definidas; conflictos explícitos; ambiciones habituales; ubicaciones de actuación demarcadas; figuritas estereotipadas; maquillaje exagerado; iluminación excesiva; sonografía agitada; priorización de la comicidad; prevalencia de la espontaneidad; sensación de cooperación; y diálogo indispensable. Se espera que este trabajo sea una contribución al campo de la Comunicación, con respecto a las investigaciones en portugués sobre telepoética, sobre la televisión brasileña en su modelo comercial abierto y sobre el uso de la Narratología y de la Estilística combinadas para estudio de fenómenos televisivos.

**Palabras clave:** Análisis de productos audiovisuales. Telepoética. Narrativa. Estilo. SBT.

## LISTA DE FIGURAS E ILUSTRAÇÕES

<b>Fig. 01:</b> Cenário do <i>Jogo dos Pontinhos</i> .	19
<b>Fig. 02:</b> Campanha de comemoração de um ano na vice-liderança.	23
<b>Fig. 03:</b> Par romântico estabelecido no primeiro capítulo de <i>Carrossel</i> .	64
<b>Fig. 04:</b> Conflito familiar estabelecido no primeiro capítulo de <i>Carrossel</i> .	65
<b>Fig. 05:</b> Conflito social estabelecido no primeiro capítulo de <i>Carrossel</i> .	66
<b>Fig. 06:</b> Tragédia estabelecida no primeiro capítulo de <i>Carrossel</i> .	67
<b>Fig. 07:</b> Professora Helena no baile de máscaras de Maria Joaquina.	71
<b>Fig. 08:</b> Professor Renê no baile de máscaras de Maria Joaquina.	71
<b>Fig. 09:</b> Helena e Renê se encontram no baile de máscaras de Maria Joaquina.	72
<b>Fig. 10:</b> Plano detalhe nos olhos de Helena.	72
<b>Fig. 11:</b> Carmen cabisbaixa, dividindo o plano com o suco de laranja e o sanduíche.	73
<b>Fig. 12:</b> Frederico tenta consolar a filha.	74
<b>Fig. 13:</b> Carmen força um sorriso para o pai.	74
<b>Fig. 14:</b> Carmen é registrada em primeiríssimo plano.	74
<b>Fig. 15:</b> Carro de Helena.	75
<b>Fig. 16:</b> Helena demonstra tranquilidade ao dirigir.	75
<b>Fig. 17:</b> Carro conduzido por motoristas embriagados.	76
<b>Fig. 18:</b> Helena tenta proteger-se com os braços.	76
<b>Fig. 19:</b> Helena cai desacordada no banco do passageiro.	76
<b>Fig. 20:</b> Maria Joaquina demonstra frieza ao falar sobre Cirilo.	77
<b>Fig. 21:</b> Daniel mostra-se incrédulo durante a conversa com Maria Joaquina.	78
<b>Fig. 22:</b> Professora Helena canta o hino do Palmeiras em aula sobre rimas.	79
<b>Fig. 23:</b> Paulo imita Silvio Santos em brincadeira com Kokimoto e Marcelina.	80
<b>Fig. 24:</b> Maria Joaquina vê Cirilo em sua festa.	80
<b>Fig. 25:</b> Maria Joaquina amassa as flores de Cirilo.	81
<b>Fig. 26:</b> Cirilo observa Maria Joaquina destruir o presente.	81
<b>Fig. 27:</b> As flores são arremessadas no chão.	81
<b>Fig. 28:</b> Cirilo é rejeitado por Maria Joaquina.	82
<b>Fig. 29:</b> O rosto de Helena é visto pela primeira vez por Renê.	83
<b>Fig. 30:</b> Carol entra no elevador e conhece Júnior.	86
<b>Fig. 31:</b> Júnior e Carol ficam presos no elevador sem energia.	87

<b>Fig. 32:</b> Carol derruba bolinhos em Júnior.	<b>87</b>
<b>Fig. 33:</b> Carol relembra, apaixonada, a confusão com Júnior.	<b>87</b>
<b>Fig. 34:</b> Júnior, em primeiro plano.	<b>89</b>
<b>Fig. 35:</b> Gabriela, em primeiríssimo plano.	<b>89</b>
<b>Fig. 36:</b> Carmen, em primeiro plano.	<b>89</b>
<b>Fig. 37:</b> O carro se Geraldo se aproxima do carro de Edgar.	<b>91</b>
<b>Fig. 38:</b> Andréa é vista conversando com um homem em frente ao Café Boutique.	<b>91</b>
<b>Fig. 39:</b> Um caminhão entra na frente de Edgar.	<b>92</b>
<b>Fig. 40:</b> Andréa se desespera ao ver o filho atropelado.	<b>92</b>
<b>Fig. 41:</b> Andréa faz companhia ao filho, enquanto aguarda a ambulância.	<b>92</b>
<b>Fig. 42:</b> Figurino de Duda em contraste com o cenário.	<b>94</b>
<b>Fig. 43:</b> Expressão facial de Duda revela que o garoto percebeu que será assaltado.	<b>94</b>
<b>Fig. 44:</b> Duda volta abalado para o bar.	<b>94</b>
<b>Fig. 45:</b> Mesa comemorativa da mansão Almeida Campos.	<b>96</b>
<b>Fig. 46:</b> Figurinos comemorativos do orfanato Raio de Luz.	<b>96</b>
<b>Fig. 47:</b> Montagem com a bandeira do Brasil e a cena de três ambientes da novela.	<b>96</b>
<b>Fig. 48:</b> Personagens assistem ao programa <i>Eliana</i> .	<b>98</b>
<b>Fig. 49:</b> O programa de auditório ocupa o espaço da teledramaturgia.	<b>99</b>
<b>Fig. 50:</b> Câmera subjetiva, pela visão de Marian, observando Mili.	<b>100</b>
<b>Fig. 51:</b> Marian se aproxima de Mili, à beira do penhasco.	<b>100</b>
<b>Fig. 52:</b> As crianças correm na frente de Marian e chamam a atenção de Mili.	<b>101</b>
<b>Fig. 53:</b> Marian fica aborrecida por não ter conseguido realizar suas intenções.	<b>101</b>
<b>Fig. 54:</b> Ana percebe que há uma ambulância do lado de fora.	<b>102</b>
<b>Fig. 55:</b> Bia e Tati confirmam a presença da ambulância.	<b>103</b>
<b>Fig. 56:</b> Mili desce as escadas em desespero.	<b>103</b>
<b>Fig. 57:</b> A cama de Sofia encontra-se vazia.	<b>103</b>
<b>Fig. 58:</b> Binho (e as demais crianças) choram pela morte de Sofia.	<b>104</b>
<b>Fig. 59:</b> Rebeca discute com Otávio.	<b>107</b>
<b>Fig. 60:</b> Otávio mostra-se encantado por Rebeca.	<b>108</b>
<b>Fig. 61:</b> Priscila, em primeiro plano.	<b>109</b>
<b>Fig. 62:</b> Safira, em primeiro plano.	<b>110</b>
<b>Fig. 63:</b> Os pais de Safira, em plano conjunto.	<b>110</b>
<b>Fig. 64:</b> Priscila finge ser namorada de Joaquim.	<b>111</b>

<b>Fig. 65:</b> Priscila é atropelada.	112
<b>Fig. 66:</b> Arte de divulgação da campanha #DoePelaPriscila.	113
<b>Fig. 67:</b> Fãs pedem doação de sangue para a personagem.	113
<b>Fig. 68:</b> Personagens pedem doação de sangue dos telespectadores	113
<b>Fig. 69:</b> Programas de entretenimento colaboram com a causa.	114
<b>Fig. 70:</b> Telejornais do SBT monitoram a adesão à campanha.	114
<b>Fig. 71:</b> Nina e Fiorina adesivam cadeiras.	115
<b>Fig. 72:</b> Isabela deita-se no peito de Orlando.	116
<b>Fig. 73:</b> Cena no hospital e cena na igreja, sobrepostas.	117
<b>Fig. 74:</b> Isabela vê, pela persiana, o desencarne do pai.	118
<b>Fig. 75:</b> Manuela chora e mãos dadas com a mãe.	118
<b>Fig. 76:</b> Isabela chora a morte do pai.	118
<b>Fig. 77:</b> Banda C1R no palco do Domingo Legal.	120
<b>Fig. 78:</b> O diretor Magrão conversa com o apresentador, diretamente do <i>switcher</i> .	120
<b>Fig. 79:</b> Videoclipe da música mescla-se com a apresentação da banda.	121
<b>Fig. 80:</b> A televisão mostra o que está sendo exibido no SBT.	121
<b>Fig. 81:</b> Trechos do show mesclam-se com a apresentação da banda.	121
<b>Fig. 82:</b> Os olhos de Regina são captados pelo retrovisor.	122
<b>Fig. 83:</b> O carro de Regina encontra-se em chamas.	123
<b>Fig. 84:</b> A ilustração do livro, transformando-se em <i>live-action</i> .	124
<b>Fig. 85:</b> A plebeia Rebeca.	124
<b>Fig. 86:</b> A rainha má Regina.	125
<b>Fig. 87:</b> A princesa Isabela e o rei Orlando, transformando-se em ilustração.	125
<b>Fig. 88:</b> Cenário de <i>Conveyor Belt of Love</i> : as mulheres participantes.	130
<b>Fig. 89:</b> Cenário de <i>Conveyor Belt of Love</i> : exemplo de candidato a pretendente.	130
<b>Fig. 90:</b> Cenário do <i>Rola ou Enrola?</i> : as mulheres participantes, com a presença da plateia.	130
<b>Fig. 91:</b> Cenário do <i>Rola ou Enrola?</i> : exemplo de candidato a pretendente.	131
<b>Fig. 92:</b> Cenário do <i>Rola ou Enrola?</i> : a apresentadora interage com o convidado.	131
<b>Fig. 93:</b> A apresentadora sai do posicionamento.	134
<b>Fig. 94:</b> A apresentadora interage no palco com as participantes.	134
<b>Fig. 95:</b> Os cinegrafistas aparecem na <i>mise-en-scène</i> .	134
<b>Fig. 96:</b> Luzes piscam e transitam no chão, enquanto o convidado se apresenta.	136

<b>Fig. 97:</b> A apresentadora dança, ao lado de seu púlpito.	<b>136</b>
<b>Fig. 98:</b> A plateia se movimenta, ao fundo, no ritmo da música.	<b>136</b>
<b>Fig. 99:</b> Participante ameaça tirar a camisa no palco.	<b>139</b>
<b>Fig. 100:</b> O personagem Bombeiro entra em cena.	<b>139</b>
<b>Fig. 101:</b> O personagem Curinga é apresentado.	<b>140</b>
<b>Fig. 102:</b> O personagem Curinga é revelado.	<b>142</b>
<b>Fig. 103:</b> Marcele e Dyego se beijam.	<b>142</b>
<b>Fig. 104:</b> Enquadramento incomum para um programa de auditório: convidados.	<b>146</b>
<b>Fig. 105:</b> Enquadramento incomum para um programa de auditório: plateia.	<b>146</b>
<b>Fig. 106:</b> O <i>deadline</i> como recurso narrativo do <i>game-show</i> .	<b>148</b>
<b>Fig. 107:</b> Os contrarregas, uniformizados como o time, aparecem na <i>mise-en-scène</i> .	<b>148</b>
<b>Fig. 108:</b> O <i>motif</i> como recurso narrativo do <i>game-show</i> .	<b>149</b>
<b>Fig. 109:</b> Celso Portioli oferece pudim a uma moça do auditório.	<b>149</b>
<b>Fig. 110:</b> O telespectador é convidado a participar do programa, por SMS.	<b>150</b>
<b>Fig. 111:</b> A auxiliar de limpeza aparece na <i>mise-en-scène</i> .	<b>150</b>
<b>Fig. 112:</b> Momentos da Prova do Bicho são registrados em câmera alta.	<b>151</b>
<b>Fig. 113:</b> O cantor é enquadrado de costas, durante sua apresentação.	<b>153</b>
<b>Fig. 114:</b> Moça do auditório beija o cantor.	<b>153</b>
<b>Fig. 115:</b> Patrícia Abravanel (apresentadora) e Patrícia Abravanel (participante) dividem o palco.	<b>159</b>
<b>Fig. 116:</b> Layout do Pião da Casa Própria.	<b>163</b>
<b>Fig. 117:</b> Layout da a roleta do <i>Desafio da Máquina</i> .	<b>163</b>
<b>Fig. 118:</b> Patrícia Abravanel entra na Máquina.	<b>167</b>
<b>Fig. 119:</b> Patrícia Abravanel se apresenta caracterizada como Beyoncé.	<b>167</b>
<b>Fig. 120:</b> Patrícia Abravanel se apresenta com bailarinos e cenário personalizado.	<b>167</b>

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

<b>Quadro 01:</b> Pesquisa com o termo “SBT” em ferramentas eletrônicas: amostragem quantitativa.	<b>186</b>
<b>Quadro 02:</b> Pesquisa com o termo “Silvio Santos” em ferramentas eletrônicas: amostragem quantitativa.	<b>186</b>
<b>Quadro 03:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: livros.	<b>187</b>
<b>Quadro 04:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: teses.	<b>188</b>
<b>Quadro 05:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: dissertações.	<b>188</b>
<b>Quadro 06:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: monografias.	<b>190</b>
<b>Quadro 07:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: artigos científicos.	<b>191</b>
<b>Quadro 08:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: <i>papers</i> .	<b>193</b>
<b>Quadro 09:</b> Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: capítulos de livro.	<b>194</b>
<b>Quadro 10:</b> SBT na comunidade científica: produções até 2017.	<b>196</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>19</b>
<b>1 FUNDAMENTOS PARA UMA TELEPOÉTICA SBTISTA .....</b>	<b>28</b>
<b>1.1 Do “protoSBT” à “emissora da Família Abravanel”: demarcações do SBT no contexto da televisão brasileira.....</b>	<b>30</b>
<b>1.2 A TV mais feliz do Brasil também chora: noções sobre a matriz melodramática nas narrativas e no estilo do SBT .....</b>	<b>36</b>
<b>1.3 A metodologia que colore esta tese: revisitações à Narratologia, à Estilística e aos estudos estilísticos em audiovisual.....</b>	<b>42</b>
1.3.1 Narratologia televisiva .....	44
1.3.2 Estilística televisiva.....	53
1.3.3 SBT: como analisar? .....	58
<b>2 ANÁLISE DA FICÇÃO SERIADA DO SBT .....</b>	<b>60</b>
<b>2.1 Narrativa e estilo em <i>Carrossel</i> .....</b>	<b>60</b>
2.1.1 Síntese do enredo .....	61
2.1.2 Anotações prévias sobre a novela .....	62
2.1.3 Observando os recursos melodramáticos .....	63
<b>2.2 Narrativa e estilo em <i>Chiquititas</i>.....</b>	<b>83</b>
2.2.1 Síntese do enredo .....	83
2.2.2 Anotações prévias sobre a telenovela.....	84
2.2.3 Observando os recursos melodramáticos .....	85
<b>2.3 Narrativa e estilo em <i>Cúmplices de um Resgate</i> .....</b>	<b>104</b>
2.3.1 Síntese do enredo .....	105
2.3.2 Anotações prévias sobre a telenovela.....	106
2.3.3 Observando os recursos melodramáticos .....	106
<b>3 ANÁLISE DOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO DO SBT .....</b>	<b>128</b>
<b>3.1 Narrativa e estilo no programa <i>Eliana</i> .....</b>	<b>128</b>
3.1.1 Contextualizando o objeto.....	129
3.1.2 O <i>dating show</i> como narrativa .....	132
<b>3.2 Narrativa e estilo no <i>Domingo Legal</i> .....</b>	<b>143</b>
3.2.1 Contextualizando o objeto.....	144
3.2.2 O <i>game show</i> como narrativa .....	146

<b>3.3 Narrativa e estilo no <i>Máquina da Fama</i></b> .....	<b>154</b>
3.3.1 Contextualizando o objeto.....	155
3.3.2 O <i>talent show</i> como narrativa.....	157
<b>3.4. Considerações parciais</b> .....	<b>167</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>172</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>175</b>
<b>APÊNDICE A</b> .....	<b>185</b>
<b>APÊNDICE B</b> .....	<b>218</b>

## INTRODUÇÃO

Seis famosos do SBT, dispostos em uma espécie de arquibancada, completam, a seu bel-prazer, frases vazias de sentido (às vezes, ambíguas) proferidas por um senhor de mais de 80 anos, que ainda convida pessoas do auditório para tentar adivinhar o que será escrito na cartolina. A descrição é do *Jogo dos Pontinhos*, quadro do *Programa Silvio Santos*, com participação de Patrícia Abravanel, Cabrito Teves (Alexandre Porpetone), Helen Ganzaroli, Livia Andrade, Flor e Carlinhos Aguiar, além do próprio Silvio Santos, que conduz a brincadeira (**Fig. 01**).

**Fig. 01:** Cenário do *Jogo dos Pontinhos*.



Fonte: Silvio Santos transforma Jogo dos Pontinhos em colégio. **Observatório da Televisão**, 26 ago. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/nY4Uow>. Acesso em: 22 nov. 2018.

Essa situação é exibida no fim da noite de domingo e costuma manter a liderança em audiência na disputa com programas jornalísticos e de entretenimento de outras emissoras de TV. Com esse fenômeno, notamos que o SBT parece ter uma poética televisiva peculiar, sobretudo se considerados seus procedimentos narrativos e suas marcas estilísticas. Neste trabalho, entendemos *poética* como sendo um modo de criação, um conjunto de características que leva ao entendimento da construção de uma obra e/ou arsenal de obras de um mesmo produtor (cf. ARISTÓTELES, 1999); entendemos *narrativa* como sendo a obra composta por enredo, personagens, tempo e espaço, geralmente estabelecida por exposição, conflito, clímax e desfecho (cf. TODOROV, 1973); e entendemos *estilo* como a combinação de características prioritariamente verbais [figuras de linguagem] (cf. BALLY, 1905; 1909) com elementos audiovisuais [utilização da câmera, *mise-en-scène* e trilha sonora] (cf. BORDWELL, 2008; BUTLER, 2002; 2010) e suas representações sociais (cf. ROCHA, 2016).

Observando a programação como um todo, percebemos que a emissora tende a recorrer a diversas diretrizes estéticas – que perpassam as noções de *kitsch*, *camp*, *trash* e *brega* – para fortalecer sua identidade audiovisual e provocar a sensibilidade por meio de sua expressividade. Neste trabalho, Entendemos *estética* como sendo um modo de percepção, um conjunto de técnicas e fenômenos constituintes de um produto, que tendem a ser apreendidos pela recepção, considerando “a sensibilidade do espectador, no tempo histórico e lugar social em que ele se encontra” (BARROS, 2016, p. 2); entendemos *kitsch* como sendo uma massificação das artes, “um estilo marcado pela ausência de estilo”, como uma “mercadoria ordinária” (MOLES, 1975, p. 10); entendemos *camp* como sendo “a predileção pelo inatural: pelo artifício e pelo exagero”; é “o espírito da extravagância” (SONTAG, 1964, [e]); Entendemos *trash* como sendo a reunião de “artefatos da indústria cultural que não atendem aos padrões morais e/ou às normas de qualidade técnica e artística dominantes” (CASTELLANO, 2011, p. 154); e entendemos *brega* como sendo o produto que não é “novo nem original”, mas que “traz a marca do inferior que foi promovido, que finalmente foi reconhecido, consagrado” (JOSÉ, 2002, p. 81).

A ideia de que os produtos televisivos são capazes de despertar as mais diversas sensações no espectador foi responsável pela pausa em nossas pesquisas sobre a afetividade nas webséries e por nosso despertar para que começássemos a enxergar essa outra mídia com mais atenção. Nesse momento, percebemos que, embora existam infinitudes de pesquisas acerca de recepção, de conteúdo, de marketing, de convergência, de contexto histórico e sociológico, as análises sobre telepoética são raras, sobretudo em se tratando de narrativa e estilo em programas de auditório e na teledramaturgia do SBT.

Quando começamos a estudar o estilo, tínhamos os enunciados publicados em atualizações de *status* no Facebook como objeto de pesquisa. Optamos por analisar, de acordo com os objetivos propostos na época, a escrita de adolescentes entre 13 e 17 anos, residentes no Município de Alumínio (SP). As análises serviram para reconhecer que, além dos recursos estilísticos convencionais, a escrita na internet conta com marcas expressivas cibernéticas (abreviaturas, *emoticons*, *hashtags*, por exemplo), o que mostra como a língua é capaz de se transformar e se adequar às tecnologias emergentes<sup>2</sup>.

A produção desse trabalho inicial foi um voto de incentivo à pesquisa no campo da expressividade. A partir de então, surgiram diversas ideias sobre a utilização da análise

---

<sup>2</sup> Referimo-nos, aqui, à monografia de graduação *Estilística cibernética e expressividade adolescente: um estudo de atualização de status no Facebook*, apresentada em 6 de dezembro de 2012, sob orientação do Prof. Dr. Luiz Fernando Gomes, no Curso de Letras da Universidade de Sorocaba (Uniso). Posteriormente, esse trabalho se transformou no livro intitulado *Estilística cibernética*, publicado em 2013 pela editora Penalux.

estilística, fosse no contexto linguístico (tanto na linguagem verbal escrita como na oral), fosse no literário (tanto no estudo de obras clássicas em diferentes escolas literárias quanto na criação de tendências dentro da literatura contemporânea), fosse em objetos que não são prioridade das Letras, como as narrativas audiovisuais.

Essa necessidade de descobrir se tal metodologia poderia ser útil de forma interdisciplinar foi responsável para que recorrêssemos às webséries. Buscamos, portanto, descobrir, com uma análise voltada às webséries brasileiras e adotando a Narratologia e a Estilística como linhas teóricas, como os recursos expressivos da linguagem eram aplicados em uma narrativa audiovisual veiculada em meio digital, concentrando a pesquisa na linha temática de análise de processos e produtos midiáticos<sup>3</sup>.

Embora tenhamos focado a maior parte dos estudos na websérie florianopolitana *Crises Inúteis de um Relacionamento Qualquer*, dirigida por Phil Rocha e Douglas Jansen, disponibilizada no YouTube durante 2012 e 2013, analisamos várias produções em pesquisas paralelas à dissertação. Isso validou a metodologia para estudos acerca de produtos correlatos, além de configurar uma fundamentação necessária para análises futuras da própria websérie, que retornou em 2016 sob o título *Crises Inúteis*, com outros personagens e novas linhas de enredo.

Compreendemos, com esse esforço, que, ao acrescentar recursos da Estilística ao produto, sua linguagem torna-se mais expressiva, adquire identidade e aumenta o grau de poeticidade da narrativa, destacando elementos-chave que fortalecem o potencial comunicativo do objeto. O uso das figuras de linguagem, por sua vez, desvia a uniformidade, interferindo positivamente na sonoridade, na construção, na forma e na lógica dos enunciados, além de estabelecer um laço afetivo entre autor, obra e espectador. Essa imersão nas questões expressivas pertinentes aos meios de comunicação despertou algumas inquietações, que resultaram em um novo problema de pesquisa.

O problema de pesquisa que nos guiou a produzir esta tese pode, portanto, ser traduzido nos seguintes questionamentos: no âmbito da televisão brasileira contemporânea, como o SBT estrutura e desenvolve suas produções, especialmente nos segmentos de ficção seriada e de variedades? Como as telenovelas e os programas de auditório da emissora moldam suas narrativas? Como o audiovisual compõe o estilo da emissora, considerando suas obras de

---

<sup>3</sup> Referimo-nos, aqui, à dissertação de mestrado *Considerações estilísticas sobre webséries brasileiras: a narrativa midiática no contexto do universo on-line*, defendida em 31 de outubro de 2014, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Míriam Cristina Carlos Silva, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso). Posteriormente, esse trabalho se transformou no livro intitulado *Estilística aplicada à websérie*, publicado em 2015 pela editora Novas Edições Acadêmicas.

entretenimento? É possível, em termos de narrativa e estilo, detectar elementos em comum que perpassam as produções da emissora, constituindo, assim, uma *telepoética sbtista*?

A partir de então, surgiu a necessidade de se elaborar uma pesquisa de análise narrativa e estilística das produções do SBT. Como recorte, selecionamos, no contexto da ficção seriada, as três telenovelas assinadas por Íris Abravanel no quinquênio 2012-2016: *Carrossel*, *Chiquititas* e *Cúmplices de um Resgate*; no âmbito das variedades, selecionamos como objeto de estudo três produções marcantes para a emissora no ano de 2015: *Domingo Legal*, *Eliana* e *Máquina da Fama*.

A hipótese, indicada pela observação prévia e exploratória, sugere que a telepoética do SBT une o popularesco e o modernizado, mesclando a informalidade do cotidiano com um estilo fomentado por iluminações extravagantes e trilhas musicais agitadas. Para além disso, as narrativas – desde as mais convencionais, constituídas nas telenovelas, até as que são moldadas pelos programas de auditório – são carregadas de trocadilhos, metáforas, antíteses, epizeuxes e outras figuras de linguagem<sup>4</sup>, não somente no falado e no escrito, como também na composição audiovisual.

Para a elaboração desta pesquisa, consideramos, inicialmente, que, em 2015, o SBT foi a segunda estação de televisão mais assistida no Brasil. Segundo dados divulgados pelo site oficial da emissora<sup>5</sup>, o canal conseguiu encerrar o ano “com 5 pontos de média e 14,3% de participação, consolidando assim a segunda colocação no ranking geral das audiências no PNT na faixa das 24 horas, sendo a segunda emissora mais vista do Brasil em 2015”. Ainda considerando os meses de janeiro a dezembro do referido ano, “a emissora terceira colocada, alcançou 4,7 pontos de média e 13,3% de participação”.

Em junho, também do referido ano, o grupo televisivo já havia comemorado 12 meses consecutivos como vice-líder, o que resultou em investimento na publicidade acerca desse aspecto (**Fig. 02**). O texto da campanha, que passou a ser difundido nas redes sociais virtuais, trazia as seguintes palavras:

Nós sempre tivemos orgulho de ser vice, orgulho que vem desde pequenininhos. Porque retomar o segundo lugar, que sempre foi nosso, é sim uma grande vitória. Fruto de um trabalho intenso, de renovação, mas sem nunca perder nossa essência de divertir e informar, unindo a família brasileira. Ser vice novamente é a conquista de uma emissora que entra na casa do seu telespectador com uma programação consistente, um jornalismo transparente

<sup>4</sup> Alguns autores utilizam também as expressões “figuras de estilo” e “figuras de retórica” para se referir a essas estratégias estilísticas de construção narrativa.

<sup>5</sup> SBT é a segunda emissora mais vista do Brasil em 2015. **SBT na Web**, 11 de janeiro de 2016. Disponível em: <http://goo.gl/hkcd9r>. Acesso em: 22 nov. 2018.

e muito investimento em tecnologia. Alcançar o segundo lugar e se manter por tanto tempo é algo que só se consegue com muito suor e, claro, um time de craques. Somos o SBT. Somos vice. E temos muito orgulho de ocupar há 1 ano este lugar<sup>6</sup>.

**Fig. 02:** Campanha de comemoração de um ano na vice-liderança.



Fonte: SBT veste faixa de vice-líder após 12 meses consecutivos na posição. **SBT**, 01 jun. 2015. Disponível em: <https://goo.gl/qubxPf>. Acesso em: 22 nov. 2018.

O uso da faixa de vice-campeão pelo elenco da emissora, de acordo com o discurso publicitário da emissora, esteve longe de ironizar a terceira colocada ou provocar uma espécie de autodeboche, mas teve como objetivo unicamente comemorar sua posição de segundo lugar, tão festejada desde os anos 1980. Conforme explicam em sua página oficial:

O SBT comemora a vice-liderança de 12 meses consecutivos, vestindo literalmente a faixa de vice-campeão. Esse é o espírito da nova campanha da emissora, criada pela Publicis Brasil. Na ação, a emissora irá envelopar a capa de alguns veículos da mídia impressa com a faixa de vice-campeão, além de publicar anúncio de página dupla com manifesto sobre o momento. Na peça, o elenco da casa aparece vestindo a mesma faixa. Ao longo da semana, alguns apresentadores do SBT também farão seus programas vestindo a faixa de vice-campeão para surpreender os telespectadores, que também fazem parte dessa conquista<sup>7</sup>.

Ao encerrar 2015 com média de audiência de 5 pontos, considerando a faixa de 24 horas ao dia, no Painel Nacional de Televisão (PNT), o canal de Silvio Santos resgatou de vez sua marca registrada de vice-líder. Diante desse fato e sustentando a ideia de que a respectiva emissora de TV oferece quase quatro décadas de contribuição ao audiovisual brasileiro, surgiu

<sup>6</sup> SBT veste faixa de vice-líder após 12 meses consecutivos na posição. **SBT na Web**. 01 de junho de 2015. Disponível em: <http://goo.gl/wrDqoB>. Acesso em: 22 nov. 2018.

<sup>7</sup> Idem.

uma inquietação sobre o volume e o conteúdo dos trabalhos, abrigados pelo universo científico, voltados para compreender a emissora (v. **Apêndice A**).

Tais estudos antecedentes indicaram que, mesmo tendo em vista o material produzido sobre o SBT, parece existir uma carência de análises a respeito dos procedimentos narrativos e das marcas estilísticas que caracterizam a emissora. Percebemos, com isso, a necessidade de uma possível análise que leve ao entendimento de como se constitui a telepoética sbtista, por intermédio de programas de auditório e de ficção seriada da emissora entre 2012 e 2016. Tal estudo vem a ser fundamental para compreender, dentre outros apontamentos, o êxito da empresa enquanto elemento da cultura midiática contemporânea.

O objetivo geral desta pesquisa, portanto, foi entender as relações entre narrativa e estilo nas produções do SBT. Dentre os objetivos específicos, estiveram: conhecer a trajetória de uma emissora brasileira que contribui com a cultura audiovisual há quase quatro décadas; revisitar os conceitos de narrativa e estilo, observando os produtos audiovisuais oferecidos pelo canal; aprofundar o conhecimento acerca da ficção seriada televisiva e dos programas de auditório, em suas contribuições comunicacionais e culturais; e descobrir quais são os traços mais marcantes na composição visual, nos elementos sonoros e na expressão verbal que compõem os produtos da emissora.

A relevância de se estudar tais programas televisivos vai além dos gostos pessoais e das paixões acadêmicas, mas angaria benefícios para o universo científico e para a sociedade em geral. Diante de leituras recomendadas por pares da área, dentre as quais destacamos Roger Silverstone (2002), constatamos que há pelo menos sete motivos para se engajar numa pesquisa desse porte.

O primeiro corresponde ao forte impacto que a mídia exerce cultural, social, política e economicamente no País. Os veículos de comunicação – e aqui se enquadram as emissoras de televisão, tal qual o SBT – produzem fenômenos culturais com base no reflexo de uma sociedade, de suas visões ideológicas e no desejo que os espectadores têm de consumir determinado produto. Essa troca de acordos (no caso da televisão, ela exhibe o que seu público diz querer, e esse público aceita – mas não passivamente – o que ela oferece) faz com que boa parte da economia nacional circule.

O segundo está pautado na intensidade midiática que circunda nosso cotidiano. Mídia, grosso modo, é tida como o meio, a ponte que liga dois corpos. Entendemos, portanto, como narrativa midiática, a fusão entre algo a ser contado e a maneira como isso é feito, seja na televisão, na internet, no rádio, nas revistas e jornais, no cinema, nos livros e em qualquer outro aparato que estabeleça a comunicação entre dois ou mais interlocutores. O SBT, por ser a

segunda emissora mais assistida no País, tem suas produções televisivas acessadas diariamente por milhões de brasileiros.

O terceiro diz respeito ao notável poder de persuasão da mídia. Manchetes em capas de jornais e revistas ou na boca de apresentador de telejornal são, muitas vezes, elemento fundamental para definir um posicionamento, um apontamento crítico. Saber a opinião de um veículo de comunicação pode ser o gatilho para apoiar um lado em uma discussão, adquirir certa mercadoria ou, até mesmo, decidir o voto. Embora o SBT não seja consagrado por seu jornalismo, o entretenimento também é capaz de formar opiniões, sobretudo quando os agentes da narrativa proferem visões de mundo.

O quarto se justifica no fato de existirem diversas teorias para entender a mídia, mas que nem todas conseguem satisfazer a pesquisa. Como esse campo de estudo epistemológico demanda um aprofundamento em discussões que podem desfocar o propósito deste trabalho, limitamo-nos a dizer que esta pesquisa, embora não se prenda a uma teoria específica, sofre uma forte influência da Narratologia e da Estilística, com foco nos estudos televisivos contemporâneos.

O quinto motivo consiste no fato de os meios de comunicação serem como uma extensão do corpo humano, sendo facilmente manuseáveis e tornando qualquer pessoa apta para acessar a internet, ver novelas, ouvir rádio, utilizar o celular para estabelecer comunicação direta com outras pessoas, a qualquer instante, em qualquer lugar. Vemos que a televisão, sobretudo, tem um impacto considerável na vida dos brasileiros, estando presente em mais de 97% dos lares, conforme dados do IBGE<sup>8</sup>. O SBT tem capacidade de alcance de mais de 204 milhões de telespectadores, o que corresponde a mais de 62 milhões de lares, segundo consta no site oficial da emissora<sup>9</sup>.

O sexto se compõe pela agilidade com que os aparatos midiáticos oferecem sensação de informação, entretenimento, segurança e conforto. Com os programas veiculados pelo SBT, por exemplo, qualquer espectador pode viajar a um ponto turístico (com as telenovelas ou quadros de externas), divertir-se com concertos e gincanas (nos *game shows* e programas de variedades), imergir em uma guerra civil do outro lado do mundo ou até mesmo participar de um velório (devido às reportagens diárias e, muitas vezes, com cobertura ampla), no conforto do sofá e de forma segura.

---

<sup>8</sup> De acordo com a matéria *Mais de 50% de domicílios brasileiros têm apenas TV de tubo, diz IBGE*, de Helton Simões Gomes e Cristiane Caoli para o **G1 Notícias**, em 24 de abril de 2015. Disponível em: <https://goo.gl/8oQdK9>. Acesso em: 22 nov. 2018.

<sup>9</sup> SBT: Quem somos. **Institucional**, [s.a.]. Disponível em: <https://goo.gl/y22s4Y>. Acesso em: 22 nov. 2018.

O sétimo, por fim, declara que, com a mídia, estabelecem-se conversas, reconhecimento, identificação e incorporação. Um exemplo de entrelaçamento são os seguidores de determinados veículos de comunicação. O SBT, como principal representante da cultura participativa no universo televisivo, possui dezenas de fãs-clubes com telespectadores fiéis e que declaram se identificar com a emissora desde crianças, seja pela programação infantil ou por outra atração que causou reconhecimento.

A justificativa desta pesquisa, em suma, encontra-se na capacidade de demonstrar as potências comunicativas e as cargas culturais propostas pela telepoética, aprofundando os olhares sobre o SBT no âmbito da criação (modo de constituição das narrativas) e da fruição (possibilidade de apreensão do estilo). Além disso, esta tese tende a auxiliar na missão de fortalecer as pesquisas científicas acerca de uma emissora que contribui com a cultura audiovisual brasileira.

A metodologia adotada para este trabalho reúne um estudo qualitativo, visto que almejamos chegar aos resultados por meio de fatos observáveis, e não numéricos; e empírico, já que nos preocupamos em aplicar um procedimento ainda em experimentação nos estudos de televisão, conforme detalhado no primeiro capítulo. Para a elaboração desta pesquisa, analisamos alguns programas, ao longo de quatro anos, para detectar quais são as dimensões narrativas e as marcas estilísticas que fazem parte de cada um.

No primeiro capítulo, discorremos sobre a definição de poética e a elaboração do conceito de telepoética, bem como oferecemos uma compilação de informações fundamentais, como a origem do SBT e alguns focos de seu desenvolvimento enquanto produtora e transmissora de televisão aberta no Brasil. Também revisitamos os conceitos de melodrama, por ser uma estrutura que prevalece na programação da emissora, e ainda resgatamos os conceitos de narrativa e estilo, que servem de suporte para as análises realizadas. Discutimos, ainda, a relevância de ampliar as pesquisas no segmento da ficção seriada e de abordar a construção narrativa existente também nos programas de auditório.

No segundo capítulo, trazemos uma análise sobre a telenovela *Carrossel* (2012-2013), comentando a respeito de sua estrutura narrativa (exposição, conflitos, clímaxes e desfecho), registrando algumas informações prévias sobre o melodrama (escolha do título, adoção das temáticas e classificação dos personagens) e observando os aspectos estilísticos de algumas cenas relevantes do produto. Além disso, avançamos nas análises, destacando oito pontos em comum também com as telenovelas *Chiquititas* (2013-2015) e *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016), a saber: estabelecimento de par romântico; demonstração de conflito familiar; representação de conflito social; momento trágico; menção a algum elemento nacional;

referência a algum fator da identidade da emissora; situação em que a música conduz a história; registro de imagem emblemática.

No capítulo seguinte, as análises se direcionam para os programas de auditório. Inicialmente, focalizamos o quadro *Rola ou Enrola?*, do programa *Eliana* (2009-presente), para discutir o *dating show* como gerador de narrativas. Posteriormente, elegemos o *Passa ou Repassa*, enquanto atração do *Domingo Legal* (1993-presente), para entender os recursos narrativos utilizados pelo *game show*. Por fim, dedicamos nossa análise para o *Desafio da Máquina*, incluso no *Máquina da Fama* (2013-2017), para observar a formação de narrativas no *talent show*.

Esta tese, portanto, iniciada em 2015, ano em que o SBT voltou à vice-liderança em audiência no PNT, surgiu com o propósito de compreender o que ocorre com esse fenômeno midiático, pelo viés da narrativa e do estilo. Esperamos, com isso, apresentar a relevância da emissora, sobretudo nos segmentos da ficção seriada e dos programas de auditório, enquanto colaboradora da cultura audiovisual brasileira, além de contribuir de forma positiva para o avanço dos estudos de telepoética.

## 1 FUNDAMENTOS PARA UMA TELEPOÉTICA SBTISTA

A definição de *poética*, para Aristóteles (384 a.C.-322 a.C.), está relacionada à criação: ao passo que *mimesis* seria o ato de imitar (na época, eram bastante comuns os imitadores de pessoas), a *poiesis* vem a ser o ato de criar – sejam versos líricos ou épicos, sejam tratados médicos ou de física (ARISTÓTELES, 1999, p. 38). A partir dessa definição aristotélica, entendemos *poética* como a constituição de uma obra, independentemente de qual seja sua estrutura ou seu discurso; conseqüentemente, entendemos a *poética televisiva* como sendo a maneira de construção de uma obra televisiva ou de um conjunto de obras de uma mesma produtora e/ou emissora de televisão.

Jeremy G. Butler (2010, p. 2) explica que a poética televisiva não encontra uma compreensão única e dificilmente consegue se caracterizar como exata, como é possível ocorrer no cinema, devido a fatores próprios dessa mídia: enquanto no cinema é comum que exista um diretor assinando a autoria de determinado filme, na televisão é possível que mais de um diretor comande um mesmo programa – ou ainda que as autorias sejam mescladas, uma vez que produtores e roteiristas também participam ativamente na escolha dos temas, na criação das narrativas e na formação do estilo.

Ao mencionar a poética no cinema, David Bordwell (1989) retoma os estudos aristotélicos e diz que essa vertente estuda “o trabalho finalizado como o resultado de um processo de construção” (p. 371) e que considera “o modo como o trabalho é composto, sua função, efeitos e usos” (p. 371)<sup>10</sup>. Para o autor, estudar a poética de um filme tende a compreender conceitos e percepções que a análise interpretativa não consegue explicar.

Em diálogo com Bordwell, Butler (2010) aponta que a poética de uma obra audiovisual – tendo como foco a televisão – se constitui a partir da análise do estilo, que se relaciona com as temáticas e com as narrativas, sobretudo em produtos ficcionais. Em outras palavras, “poética não é, portanto, um mero formalismo. Mais do que isso, ela aborda o estilo como a manifestação física do tema e da narrativa, no caso do filme de ficção. E esses elementos estão sempre culturalmente situados”<sup>11</sup> (p. 20).

<sup>10</sup> Tradução livre do inglês. Excerto original: “*The poetics of any medium studies the finished work as the result of a process of construction – a process which includes a craft component (e.g., rules of thumb), the more general principles according to which the work is composed, and its functions, effects, and uses*”.

<sup>11</sup> Tradução livre do inglês. Excerto original: “*Poetics is thus no mere formalism. Rather, it approaches style as the physical manifestation of theme and narrative, in the caso of fictional film. And these elements are always culturally situated*”.

Dessa forma, Butler preza pelo esforço em se estabelecer uma poética da televisão – o que denomina *telepoética* (*telepoetics*, no original)<sup>12</sup>. Em território brasileiro, pesquisas direcionadas a esse ramo são aparentemente inéditas<sup>13</sup>: existem pesquisas sobre narratologia televisual<sup>14</sup>, estilística televisual<sup>15</sup> e até mesmo poética televisual (no sentido de elementos da poesia imersos em programas televisivos)<sup>16</sup>; nenhuma delas, porém, aproxima esses processos analíticos, numa busca para unificá-los<sup>17</sup>, nem menciona explicitamente o termo *telepoética*.

Para que possamos compreender o modo como se estruturam e se desenvolvem as produções de uma emissora de televisão brasileira, portanto, duas vertentes se mostraram relevantes, tanto pela prévia exploratória quanto pela explanação de Butler, bem como pelo empirismo destacado em análises precedentes: a narrativa e o estilo. Nesta tese, utilizando como recorte algumas produções do SBT, concentramos o olhar nas estratégias narrativas e nas marcas estilísticas de tal emissora, em busca de uma possível *telepoética sbtista*.

Escrever sobre o SBT, contudo, tema que ainda demonstra timidez na esfera acadêmica (sobretudo se comparado com o volume de trabalhos relacionados a outras emissoras de televisão), pode se tornar redundante ao considerarmos os veículos de informação. São diversos os textos jornalísticos, as revistas de circulação, os almanaques, as páginas eletrônicas e os canais de vídeos que registram a história da emissora e de seu criador – além do próprio *Hall da Fama*, espaço físico disponível para visitação na sede da empresa.

Neste capítulo, portanto, oferecemos uma compilação de informações fundamentais, como a origem do SBT e alguns focos de seu desenvolvimento enquanto produtora e transmissora de televisão aberta no Brasil. Com base em Maria Celeste Mira (1995; 2010), Rafael Barbosa Fialho Martins (2016) e demais autores brasileiros contemporâneos,

---

<sup>12</sup> No exterior, além de Butler, outro pesquisador engajado em telepoética é Jason Mittel: seu percurso se inicia aplicando a ideia de poética de Bordwell em uma série policial chamada *Dragnet* (cf. MITTEL, 2004) e se consolida com a publicação do livro *Complex TV* (cf. MITTEL, 2015). Essa vertente de suas pesquisas, no entanto, é pouco revista por autores brasileiros, que priorizam, em Mittel, os estudos sobre narrativa.

<sup>13</sup> Em 09 de março de 2019, ao realizar uma busca no Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br/>), o termo “telepoética” direcionava a um resultado praticamente zerado; alguns textos surgiram de modo aleatório, pois nada tinham a ver com o propósito do campo de estudo. Ao realizar uma nova busca, com o termo original (“*telepoetics*”), alguns artigos em língua inglesa traziam palavras aproximadas, como “*telepathy*”.

<sup>14</sup> Destacam-se, nesse campo, os estudos de Letícia Capanema, sobretudo quanto às interconexões estabelecidas entre a televisão e outras mídias, em caráter histórico (cf. CAPANEMA, 2017).

<sup>15</sup> Destacam-se, nesse campo, os estudos de Renato Luiz Pucci Jr. e Simone Maria Rocha, revisitados no item 1.3.2.3 desta tese.

<sup>16</sup> Destacam-se, nesse campo, os estudos de Gabriela Borges, sobretudo suas análises sobre os teleteatros inspirados nas peças de Samuel Beckett (cf. BORGES, 2009).

<sup>17</sup> Uma pesquisa que se aproxima nesse sentido é a dissertação de mestrado de Ana Márcia Andrade (2016). No trabalho, a autora menciona o processo analítico de Butler em prol de uma poética da televisão, mas com a finalidade de definir a ideia de “estilo” com a qual analisa a série *Vai Que Cola* (Multishow, 2013-presente).

apresentamos a trajetória de uma emissora que contribui com a cultura audiovisual brasileira há quase quatro décadas, sustentando fortes laços afetivos com seu público.

Ainda neste capítulo, revisitamos os aspectos do melodrama, com base em autores como Jesús Martín-Barbero (2009) e Silvia Oroz (1992), por ser uma estética que parece permear a dramaturgia da emissora. Também discutimos a possibilidade de entender o gênero programa de auditório como contendor de narrativas, partindo de ideias defendidas por Vera França (2006) e Carmen Ligia Cesar Lopes Torres (2004). Por fim, resgatamos os conceitos de narrativa e estilo, elementos da poética – e conseqüentemente, da telepoética – que servem de suporte para as análises realizadas nesta tese, pautando-nos em autores como Tzvetan Todorov (1973; 2006), David Bordwell (2008) e Simone Maria Rocha (2016).

### **1.1 Do “protoSBT” à “emissora da Família Abravanel”: demarcações do SBT no contexto da televisão brasileira**

Oficialmente, a história do SBT tem início em 1981, em dois momentos. O primeiro ocorreu em 25 de março, quando o então Presidente da República, João Figueiredo<sup>18</sup>, outorgou ao Sistema Brasileiro de Televisão a concessão para explorar os serviços de radiodifusão (BRASIL, 1981). O segundo ocorreu em 19 de agosto, quando Silvio Santos<sup>19</sup>, apresentador e empresário, assinou ao vivo, diretamente do Ministério das Comunicações, a criação da TVS – primeiro nome da emissora.

Antes dessa consolidação como estação televisiva em âmbito nacional, existiu o que poderíamos chamar de “protoSBT”, isto é, eventos e circunstâncias que, combinadas, levaram Silvio Santos à luta por seu próprio canal de televisão. Para compreendermos melhor esse momento, é preciso resgatar a trajetória profissional de Silvio Santos e o caminho percorrido da locução de rádio até o tino empresarial.

Arlindo Silva (1972; 2000), Alberto Dines (1990), Tatiana Chiari (2001), Fernando Morgado (2017) e Marcia Batista e Anna Medeiros (2017) trazem os registros biográficos mais relevantes acerca da vida do comunicador. Das informações gerais, Silvio nasceu no bairro

---

<sup>18</sup> João Baptista de Oliveira Figueiredo (Rio de Janeiro, 15 de janeiro de 1918 – Rio de Janeiro, 24 de dezembro de 1999) presidiu o Brasil durante o regime militar, mais precisamente entre 15 de março de 1979 e 15 de março de 1985.

<sup>19</sup> Silvio Santos (12 de dezembro de 1930) é o nome artístico de Senor Abravanel, empresário do ramo da comunicação e dono do Sistema Brasileiro de Comunicação (SBT) e do Grupo Silvio Santos, que reúne 34 empresas (como Liderança Capitalização, Sofitel Jequitimar e Jequití Cosméticos), segundo dados obtidos em fevereiro de 2018.

carioca da Lapa, região central da cidade, e iniciou sua vida de negociante ainda adolescente, vendendo, nas ruas, capas plásticas para título de eleitor.

Devido à sua voz potente, participava de programas de calouros até ser contratado pela Rádio Guanabara, além de posteriormente entrar para a Escola de Paraquedistas do Exército Brasileiro; entretanto, desistiu de ambas as profissões para se dedicar ao ofício de ambulante, que lhe proporcionava um retorno financeiro maior. Após um tempo, decidiu oferecer serviços a uma rádio de Niterói para complementar a renda.

Para chegar ao estabelecimento, porém, era necessário utilizar a Barca Rio-Niterói, que cruza a Baía de Guanabara. Ao perceber que as pessoas se mantinham em seus carros, sem qualquer tipo de entretenimento durante o traslado, teve a ideia de incorporar à balsa algumas caixas de som, pelas quais tocava música e fazia publicidade de produtos. Com o tempo, passou a vender bebidas e a realizar bingos.

Logo no início dos 20 anos, Silvio deixou a cidade natal para trabalhar na Rádio Nacional de São Paulo, época em que criou a revista *Brincadeiras para Você*, com passatempos e palavras-cruzadas, que era ofertada nos comércios da cidade. No final da década de 1950, recebeu um convite de seu colega de trabalho, Manoel da Nóbrega, para ser sócio de uma pequena empresa chamada Baú da Felicidade.

O esquema do Baú era simples: os clientes adquiriam carnês e pagavam um valor mensalmente para que, no final, pudessem obter em troca um baú de brinquedos. Nóbrega, no entanto, estava com dificuldade de realizar as entregas e pensou em fechar o negócio, até Silvio criar uma estratégia: possibilitar que as trocas fossem feitas em lojas espalhadas pela cidade e que, além de brinquedos, também estivessem à disposição eletrodomésticos. Outra ideia veio à tona: premiar periodicamente alguns desses clientes.

De acordo com Alan Gomes, Elmo Francfort e Tony Goes (2017, p. 7), Silvio estreou na televisão em 03 de junho de 1960, na TV Paulista, com o programa *Vamos brincar de forca?*, que levava os tais clientes do Baú da Felicidade ao palco para participarem do *game show*. Três anos depois, em 02 de junho de 1963, teve início o *Programa Silvio Santos*, uma compilação de variedades que responde como o segundo programa mais antigo da televisão brasileira ainda em exibição.

Na época, programas de auditório eram novidade nas tardes de domingos, dia em que não se havia o costume de assistir à televisão. Por isso, Silvio arriscou com uma atração de duas horas, passando para quatro horas, depois para seis horas, “depois oito, depois dez”, relata Maria Celeste Mira (2010, p. 159). Em 31 de agosto de 1969, o programa passou a ser exibido pela Rede Globo, via satélite, para todo o país (GOMES; FRANCFORT; GOES, 2017, p. 7).

A televisão, que nos anos 1950 era vista como um veículo capaz de disseminar a arte – por meio dos teleteatros, das adaptações de obras literárias, dos concertos de música clássica – aos telespectadores, passou a ser uma máquina popular. De acordo com João Freire Filho (2008, p. 81), a fim de expandir o público televisivo, houve, nos anos 1960, uma predominância de elementos extraídos da matriz do melodrama e do grotesco, dando margem aos exageros, aos excessos, às emoções exacerbadas, ao sentimentalismo ilimitado.

Na década de 1970, no entanto, a televisão passou por um período de modernização. Conforme Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo (2010, p. 107), os profissionais de TV buscaram uma atualização com a chegada da imagem colorida e partiram para uma higienização do grotesco nos programas de auditório, devido à imposição da ditadura militar – período em que surgiu o chamado “padrão Globo de qualidade”, que acarretou no corte de diversos programas considerados popularescos; o *Programa Silvio Santos*, no entanto, por razões contratuais, permaneceria em exibição na emissora até 1976.

Silvio utilizou seu conhecimento empresarial para negociar seu próprio futuro na mídia televisiva: adquiriu metade do patrimônio da TV Record<sup>20</sup>, em São Paulo, e conseguiu a concessão da TVS do Rio de Janeiro; além disso, para que seu programa continuasse exibido em todo o Brasil, negociou um horário com a TV Tupi (MIRA, 2010, p. 163). Esses embriões do SBT, portanto, surgiram da vontade de Silvio de ter um espaço no qual pudesse fazer o que desejasse, sem estar à mercê da censura por parte de produtores e diretores (SIQUEIRA, 2012, p. 53)<sup>21</sup>.

Os programas de Silvio eram produzidos por sua própria equipe, que formavam o TV Studios Silvio Santos de Cinema e Televisão. Devido à falência da pioneira TV Tupi, em 1980, a emissora teve sua concessão cassada; as afiliadas, no entanto, por não pertencerem ao grupo, mantinham seu funcionamento e eram alimentadas pelo *Programa Silvio Santos*. Com base nesse empenho, explica Mira (2010, p. 164), Silvio ganhou uma rede de emissoras quando o

---

<sup>20</sup> A emissora se manteve como TV Record até 1989. Após a venda do canal para o bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus, a emissora foi rebatizada como Rede Record, nome que prevaleceu por 26 anos. Em 24 de novembro de 2016, a emissora passou a se chamar RecordTV.

<sup>21</sup> O relato da escritora Adelaide Carraro, que trabalhou durante alguns anos como repórter do SBT quando a emissora ainda atendia pelo nome de TVS, traz uma visão diferenciada das verdadeiras intenções de Silvio Santos. Inicialmente registrada como entrevista para Shirley de Queiroz (1980) e, posteriormente, publicada em livro assinado pela própria autora (CARRARO, 1988), a narração sugere que Silvio era movido pela ganância e pela necessidade de explorar moralmente os mais pobres para ascender socialmente. Adultério, pedofilia, preconceito étnico, abuso sexual, maus-tratos a pessoas e animais, falcatruas nas premiações, falsidade ideológica, intolerância religiosa e atentado aos direitos trabalhistas são alguns dos desvios de conduta cometidos pelo “vendedor de ilusões” (como ela se dirige ao antigo patrão) e pela sua equipe de diretores. Tendo em vista que não é o propósito desta pesquisa investigar a realidade dos fatos, registramos tal fonte documental, mas a descartamos do posto de informação para fomentar o desenvolvimento do trabalho.

Governo abriu concorrência. Para os militares, o empresário era confiável e não faria apologia contra as decisões governamentais.

Morgado (2017, p. 108) relata que, na manhã de 19 de agosto 1981, data oficial de nascimento do SBT, Silvio fez um discurso de aproximadamente dez minutos, agradecendo a todos que o ajudaram a ganhar a licitação, bem como anunciou a linha de atuação dessa nova estação de TV. Um ano depois, com forte apelo aos programas populares e ao público infantil (especialmente com o palhaço Bozo), a emissora fixou-se na vice-liderança, com 35% do Ibope, chegando a incomodar a Rede Globo, conforme registra Fernanda Lopes de Freitas (2011, p. 32).

Em 1982, no entanto, a situação começou a se complicar. Conforme Alexander Bernardes Goulart (2013, p. 24), “o SBT apostou na cultura popular, satisfez o povo e perdeu mercado publicitário”. Entre 1983 e 1985, “a empresa passou a trabalhar com um mínimo de funcionários, inclusive na produção, e a controlar os custos nos mínimos detalhes”, segundo Mira (1995, p. 160). Foi nesse momento que o popularesco cedeu espaço ao brega, higienizando os programas de auditório e investindo em *layouts* joviais e modernizados.

O povo, no entanto, mantinha-se em evidência, “privilegiado como verdadeiro protagonista de diversos produtos do SBT”, como descreve Rafael Barbosa Fialho Martins (2016, p. 9). A importação de telenovelas mexicanas e o lançamento do telejornal *Aqui Agora* renderam boa audiência à emissora, mas provocou novamente a crítica, que acusava o SBT de “promover uma ‘mexicanização’ na paisagem televisiva brasileira, responsável por fazer declinar a qualidade estética da teledramaturgia e do jornalismo por meio da exacerbação do sentimental, do lacrimajante, [do] espalhafatoso [...]” (MARTINS, 2016, p. 10).

Em 1996, inaugurou-se o Complexo Anhanguera, no lugar do depósito da extinta Loja Tamakavy, também pertencente ao Grupo Silvio Santos. A construção desse ambiente deveu-se à necessidade de reunir num mesmo ambiente setores cuja distância atrapalhava os processos administrativos. Além disso, com seu terreno de 231 km<sup>2</sup>, o Complexo se tornou “um dos mais modernos complexos de televisão da América Latina, senão o mais avançado” (FREITAS, 2011, p. 40).

Em 2001, estreou a Casa dos Artistas, primeiro *reality show* de confinamento a ser feito no Brasil, responsável por picos de 55 pontos de audiência. Dois anos depois, o canal decidiu investir no esporte e confrontou a Rede Globo, detentora exclusiva dos direitos de exibição, com a aquisição do Campeonato Paulista. Em 2005, houve a reativação do núcleo de jornalismo, com a contratação de Ana Paula Padrão. A programação, no entanto, sofreu com

desgaste e com as mudanças de horário, e “a Record, com seu projeto ‘A Caminho da Liderança’, avançou” (MORGADO, 2017, p. 118).

Somente em 2009 a programação se estabilizou, com a inauguração da fase “A TV mais feliz do Brasil”. Mas foi em 2012, com a estreia da versão brasileira de *Carrossel*, que a emissora resgatou a audiência de telenovelas, registrando picos de 17 pontos – o que a levou a ser reprisada uma semana após seu término, mas cancelada na semana seguinte. Situações inusitadas como essa, no entanto, são comuns no SBT. Uma delas envolveu o ex-diretor de teledramaturgia Nilton Travesso, conforme conta Morgado:

- Nilton, o que você está pensando de horário para a novela? – perguntou o dono do SBT, referindo-se a *Éramos Seis*.
  - Pensei em entrar às 9 e meia, depois da novela da Globo, porque a gente capitaliza as pessoas que gostam de dramaturgia... – respondeu o diretor.
  - Não, porque eu queria colocar às 8 horas.
  - Mas em cima do *Jornal Nacional*?
  - Eu vou pensar melhor. Amanhã nós conversamos.
- No dia seguinte, Silvio chamou Travesso e disse:
- Olha, eu pensei muito bem essa noite e vou fazer o seguinte: nem você, nem eu. Eu vou botar às 8 e repriso às 9 e meia.
- O diretor quase desmaiou quando ouviu essa decisão:
- Então nós vamos passar o mesmo capítulo duas vezes?
  - É, duas vezes! Pode deixar que vai dar certo!
- Quando a novela já estava no ar, Silvio costumava brincar:
- Tá vendo? Tá dando 28 pontos: 10 às 8 horas e 18 às 9 e meia!
- (MORGADO, 2017, p. 115).

Ainda a respeito da função de patrão, Morgado relata outros casos ocorridos em função da audiência:

Caso os números não lhe fossem favoráveis, poderia alterar a programação com a mesma facilidade de alguém que move o pião em um jogo de tabuleiro. Sua maior vítima foi o *Programa Livre*: durante os 9 anos em que foi comandado por Serginho Groisman, Silvio mudou seu horário 37 vezes! Muitas outras atrações tiveram vida curtíssima, como o telejornal *SBT Notícias*, de 1995, que durou apenas três semanas, ou o *Telefone e Ganhe*, com Helen Ganzarolli, que foi ao ar uma única vez (MORGADO, 2017, p. 116).

Em 2015, a emissora consolidou um ano de volta à vice-liderança (em cenário nacional). Encerrou 2016 com 7 novelas, 16 programas de auditório e mais de 10 horas diárias de programação infantil no ar. Morgado explica que existe, de certa forma, um equilíbrio que leva ao sucesso: “combinam-se virtudes, como a capacidade de acompanhar as novidades do

mercado internacional, com novos valores, como a paciência para esperar os resultados aparecerem” (MORGADO, 2017, p. 119).

Nos anos de 2017 e 2018, a emissora prosseguiu com suas surpresas, como a criação de novos programas populares e a reciclagem de sucessos do passado, além de uma extensa faixa dedicada às novelas mexicanas. Todo o conteúdo, que costuma passar pelo aval de Silvio Santos, é pensado para agradar seu público, que se demonstra tão fiel como uma torcida esportiva – e dessa relação surgiram *slogans* como “A TV que tem torcida” e “A cara do Brasil”.

Ainda assim, o próprio Silvio reconhece apresentar uma programação de qualidade questionável, desenvolvida de modo peculiar, mas tende a atribuir isso a uma característica da televisão brasileira em geral. O maior exemplo desse fato ocorreu em 15 de outubro de 2017, quando, no decorrer de seu programa dominical, em tom de brincadeira, fez o seguinte apelo para que os telespectadores não mudassem de canal: “*Porcaria por porcaria, fiquem aqui no SBT*”<sup>22</sup>.

Acreditamos que essa autocrítica tenha como embasamento justamente a presença das estéticas *kitsch*, *camp*, *trash* e brega nos programas do SBT – além, especialmente, da estrutura melodramática, que permeia toda a programação<sup>23</sup>. Tanto o senso comum como a crítica especializada tendem a observar a manifestação desses fenômenos como algo inferior, que não prima pelo belo, que minimiza a capacidade criativa, que descaracteriza a originalidade – mas que, como veremos ao longo desta tese, caracteriza a emissora.

Além disso, o SBT, conhecido popularmente como “canal do Silvio Santos”, vem se tornando cada vez mais a “emissora da Família Abravanel”. Além da liderança de Silvio, sua família vem marcando forte presença diante e detrás das câmeras: a esposa, Íris Abravanel, é autora de novelas; as filhas Patrícia, Silvia e Rebeca são apresentadoras; as filhas Daniela e Renata são coproprietárias; e a filha Cíntia é a responsável pelos eventos externos. Mesmo com as mudanças e o crescimento, um aspecto permanece em voga: a participação do povo.

---

<sup>22</sup> Vídeo armazenado no site Mais UOL. Disponível em <https://tv.uol/16Wpj>. Acesso em: 15 fev. 2019.

<sup>23</sup> Ao longo da escrita desta tese, foram levantadas hipóteses e realizadas observações sobre a presença das estéticas *kitsch*, *camp*, *trash*, brega e mundo-cão nos programas do SBT. No entanto, mediante o aglomerado de informações e a necessidade de trabalhos individuais para cada uma dessas vertentes, que nos parecem bastante complexas para serem discutidas em itens e/ou subitens, optamos por utilizar a matriz melodramática como máxima norteadora para nossos aprofundamentos no sentido de narrativa e estilo, uma vez que a consideramos mais próxima do movimento que ocorre na emissora.

## 1.2 A TV mais feliz do Brasil também chora: noções sobre a matriz melodramática nas narrativas e no estilo do SBT<sup>24</sup>

Denominado por Mira (1995) como “circo eletrônico”<sup>25</sup>, o SBT demonstra-se enraizado nos aspectos da cultura popular, em especial na veemente necessidade de exaltar o povo, envolvendo-o na maioria de suas produções. Ao englobar esse público, excluído pela higienização televisiva do chamado “padrão Globo de qualidade”, o SBT parece conduzir uma telepoética que tende a atingir o lado afetivo do espectador.

A emoção e a linguagem popular, portanto, são dois elementos indispensáveis para que se realize a comunicação televisiva dentro do SBT, sobretudo em se tratando de programas de auditório, que são o sustento da emissora. Reproduzindo as palavras de Suzana Kilpp (2003, p. 4), “o horário nobre dos programas de auditório é a tarde dos domingos, salvo no SBT: nessa emissora, os programas de auditório são a base da programação que ela mesma produz e eles estão também no horário nobre de todas as noites”.

A ideia de autoria, por sua vez, é algo inexistente, a ponto de os profissionais envolvidos em alguns programas – como o próprio Programa Silvio Santos – não serem creditados. “O que conta é a identificação com o público. O povo não está interessado nos arroubos técnicos dos diretores, o que o povo quer é se emocionar [...]” (MIRA, 1995, p. 188). Essa percepção de pensar no espectador acima de qualquer aspecto de produção, com a finalidade de despertar o afeto, dialoga com a ideia de que só existe comunicação se houver construção de vínculos (BAITELLO JR., 2011, p. 1).

Uma amostra de como é feito esse processo pode ser encontrada na explicação de um ex-diretor da emissora, Homero Salles, responsável pelo programa TV Animal:

Um programa delicioso na TV Cultura, que é o *Enigma*, tem pergunta que não dá para Dona Maria, que é a cozinheira do SBT, assistir, porque ele pergunta quem foi que sucedeu Tutancâmon. Dona Maria não vai saber quem foi que sucedeu Tutancâmon. No meu programa, eu pergunto onde é que mora a minhoca: no céu, na terra ou no mar. A Dona Maria fala: ‘Claro que é na terra’. Mas continua assistindo ao meu programa. Não é que eu estou nivelando para baixo, porque ao mesmo tempo... eu digo que o canguru, quando nasce, ele, um fetozinho, percorre toda a barriga da mãe externamente até entrar na bolsa marsupial... Então, ao mesmo tempo em que eu perguntei uma bobagenzinha, eu passei também uma outra informação” (in MIRA, 1995, p. 99, adapt.).

<sup>24</sup> Este item surge com base nos estudos realizados para a disciplina “Estética dos meios audiovisuais: o melodrama em processo”, ministrada pelo Prof. Dr. Luiz Vadico, do PPGCom/UAM. Também apresentado no GP Ficção Seriada do 39.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2016. Posteriormente, publicado em periódico científico (HERGESEL, 2017a).

<sup>25</sup> Posteriormente, Daniel Filho (2001) denominou a televisão brasileira, em geral, como circo eletrônico.

Esse respeito em dialogar constantemente com o público é derivado do desejo de Silvio Santos de se manter apresentando programas de cunho popular, quando da criação do SBT. De acordo com Martins (2016, p. 2), “se o SBT é capaz de suscitar a existência de fãs, ele ocupa um lugar próprio no imaginário afetivo não só dos aficionados, mas do público em geral”. Para que isso aconteça, a estética melodramática parece perpassar toda a programação.

Quando as narrativas são conduzidas de maneira simples, favorecendo identificações, ressaltando sentimentos, definindo claramente o propósito de cada personagem, estabelecendo certo maniqueísmo entre o bem e o mal, propondo constantes recapitulações e destinando sempre a um desfecho aprazível quase sempre moralista, denominamos que ocorre uma estruturação melodramática. O melodrama, portanto, classifica-se como uma estratégia de formular a narrativa, com auxílio de uma trilha musical responsável por intensificar as ações.

No século IV a.C., quando nem se cogitava a constituição do melodrama, Aristóteles (1999, p. 73), ao se referir à literatura grega então existente, declarou que “o impossível convincente tem preferência ao possível que não convence”. O filósofo tecia considerações à elaboração de epopeias e ditirambos; essa estratégia, no entanto, mostrou-se eficaz mais de 2.000 anos depois, na época da Revolução Francesa, conforme aponta Jean-Marie Thomasseau (2012, p. 13) – e parece ainda impregnada na poética de algumas obras contemporâneas.

Nas palavras de Peter Brooks (1976, p. 21), o melodrama é um fato central da sensibilidade moderna. Essa definição, no entanto, gera uma infinidade de interpretações acerca do conceito atual utilizado tanto nos estudos literários como no cinema e na televisão. Segundo Jonathan Frome (2014, p. 25), é possível detectar que o melodrama tem como foco relacionamentos românticos e familiares, personagens que sofrem circunstâncias trágicas, presença de vilões bem definidos e preocupações sociais ou de classe implícitas. No entanto, o autor reconhece que isso não sustenta um conceito, mas um aglomerado de características.

À busca do que seria o melodrama, Hermann Herlinghaus (2002, p. 23) argumenta que ele não se define como tema ou gênero, mas como matriz da imaginação teatral e narrativa que ajuda a produzir sentido no meio das experiências cotidianas dos indivíduos e grupos sociais diversos. Dentro desse trajeto, Raymond Williams (1983, p. 17-18), ao discutir o drama, defende que ele se constitui como uma maneira de expressão cultural das relações sociais mais séria, mais efetiva e mais profundamente enraizada, modificando o espectador que o consome – resultando no que chama de dramatização da consciência.

Esses raciocínios dialogam com o de Lila Abu-Lughod (2003), para quem as narrativas melodramáticas são reconhecidas como “instrumentos eficazes de desenvolvimento social,

consolidação nacional e modernização” (p. 77), isto é, “uma tecnologia para a produção de novos tipos de pessoa” (p. 79). Os estudos da autora, por sua vez, consideram, principalmente, o meio televisivo. Para esse meio e utilizando-se da ideia de matriz melodramática, Márcia Tondato (2014, p. 82) argumenta que os subgêneros na televisão surgem da transformação dessa matriz inicial.

Sustentando especialmente a ideia de matriz, Claudio Salinas Muñoz (2010, p. 115) declara que o melodrama é a matriz narrativa que transgride os esquematismos, ou seja, que supera as constrictões do gênero a serviço das versões identitárias de nossos países. No entanto, Monika Walter (2002, p. 199) ressalta que o melodrama ainda é tratado como sinônimo de paixões exorbitantes, catástrofes extremas, belezas sobrenaturais e feiuras abomináveis.

O melodrama, como se percebe, é a base da maioria das narrativas ficcionais no cinema e na televisão, que constantemente abordam, nas palavras de Silvia Oroz (1992, p. 20), “as paixões suaves e a virtude recompensada”. Embora tenha ganho apropriação por essas mídias, a estética melodramática se destacou no teatro, quando da Revolução Francesa, momento em que a massa passou a ter voz e desejar a arte que até então estava concentrada à nobreza. Conforme explica Oroz (1992, p. 19), “a cultura sai da corte para se integrar à cidade e do salão ao café. O público analfabeto converte o teatro em, praticamente, sua única referência literária”.

Em poucas palavras, o melodrama é simplificação: os textos são cortados, as tramas são mais bem explícitas e os personagens apresentam clareza, isto é, “as palavras importam menos que os jogos de mecânica e de ótica” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 166). Ainda de acordo com o autor, “uma economia da linguagem verbal se põe a serviço de um espetáculo visual e sonoro onde primam a pantomima e a dança, e onde os efeitos sonoros são estudadamente fabricados” (p. 166). Com isso, o cenário fica enriquecido para atrair o público e facilitar a ação, sempre de forma sucinta, mantendo apenas o essencial.

Oroz (1992), ao analisar o cinema latino-americano, é responsável por apresentar uma estrutura sintática para as narrativas melodramáticas, composta por quatro elementos: “histórias que simbolizam alegorias nacionais” (p. 74); “construção de uma imagem nacional, que remete a um universo próximo do espectador” (p. 74); “funcionalidade dramática da música, que acentua a natural pleonástica do melodrama” (p. 74); “utilização insistente de símbolos como: tempestade (mau presságio), campos floridos (harmonia futura)” (p. 74).

Martín-Barbero (2009), que entende o melodrama como o elemento provocador de mediação “entre o folclore das feiras e o espetáculo popular-urbano” (p. 172), explora a constituição dos personagens melodramáticos. Para o autor, eles se classificam em: o Traidor, “personificação do mal e do vício, mas também a do mago e do sedutor” (p. 169); a Vítima,

“encarnação da inocência e da virtude, quase sempre mulher” (p. 169); o Justiceiro, “que, no último momento, salva a vítima e castiga o traidor” (p. 170); e o Bobo, “fora da tríade dos personagens protagonistas”, mas que representa “a presença ativa do cômico” (p. 170).

Em outras palavras, o melodrama, que relampejou timidamente pelo século XVI, quando os círculos cultos de Florença tentaram retomar o “falar cantado” das tragédias gregas, surgiu de fato no final do século XVIII, pelo que indica Silvia Oroz (1992, p. 17-19), quando as apresentações artísticas, até então restritas à nobreza, passaram a ser oferecidas ao povo. Devido ao alto nível de analfabetismo, era preciso que os autores adaptassem suas obras, criando peças e operetas que penetrassem com facilidade no imaginário popular. Com isso, os enredos se focaram nas ações (mais do que nas ideias ou nos personagens), os cenários se tornaram mais atrativos (para prender a atenção da plateia) e a música entrou como elemento fundamental para auxiliar na condução da fábula, tornando-a, muitas vezes, pleonástica.

Com o tempo, as mídias (impressa, radiofônica e audiovisual) enxergaram no melodrama – e em seu público massivo fiel – um valor mercadológico, decidindo disseminá-lo. Oroz (1922, p. 19-20) explica que “o sentimentalismo conservador e a preocupação moralizante fazem parte da estrutura formal e ideológica relativa ao melodrama”, assim como as ações sentimentalistas e virtuosas “povoaram seu universo argumentativo”. Essas características foram os pilares para a transição do melodrama ao rádio, com a criação e forte aceitação das *soap operas* estadunidenses na década de 1930.

Percebendo o encobrimento das tensões sexuais nas ações dos personagens criados por tais *soap operas*, as narrativas radiofônicas cubanas decidiram incrementar a estrutura melodramática, atiçando a crença judaico-cristã de seu público e escancarando as emoções que levam ao pecado. Consolidou-se, então, o melodrama latino-americano, que, segundo Jesús Martín-Barbero (2009, p. 171), trabalha a complexidade e a opacidade das relações sociais por meio do relacionamento familiar e insiste no exagero, com atuações apelativas e elementos sonoros excessivos, a fim de despertar a todo momento as emoções do espectador.

A estrutura trazida pelo teatro, a técnicas audiovisuais possibilitadas pelo cinema e a duração extensiva oferecida pelo rádio puderam se unir e se reformular com a popularização da televisão como veículo comunicacional. Nasceram, portanto, as telenovelas, formato que pousou no Brasil em 1963 e definido como “[...] uma narrativa ficcional de serialidade longa”, nas palavras de Lopes (2009, p. 22).

Fenômeno comunicativo em explosão na maioria dos países latino-americanos, a telenovela, ao chegar ao Brasil, precisou ajustar-se ao paladar do seu povo e aos interesses de seu governo. Com isso, o gênero se bifurcou em duas vertentes: “novelas ‘realistas’, críticas da

realidade social, cultural e política do país, e novelas ‘sentimentais’, ou dramalhões feitos para fazer chorar”, como aponta Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2009, p. 24). Ainda de acordo com a autora (p. 37), as telenovelas de cunho realista se transformaram em naturalistas (com aprofundamento das questões sociais e das estratégias de verossimilhança) e foram ganhando mais espaço, praticamente dominando as produções da Rede Globo, maior emissora de televisão no país.

Seguindo na contramão do que vinha sendo recriado, inovado e transformado em diferencial, o SBT (ainda TVS) – na década de 1980, em crise por não conseguir mais audiência para seus programas popularescos e sem condições de contratar novos roteiristas<sup>26</sup> – decidiu exibir telenovelas importadas. *Os Ricos Também Choram* (*Los ricos también lloran*, México: Televisa, 1979-1980) foi a primeira experiência, exibida entre 5 de abril de 1982 e 22 janeiro de 1983, às 19h45. A novidade foi manchete no caderno *Ilustrada* da *Folha de São Paulo*, no dia de sua estreia<sup>27</sup>, além de ter sido comentada no dia de seu último capítulo<sup>28</sup>.

A aposta de Silvio Santos, dono da emissora, foi bem-sucedida e alguns fenômenos – como *Ambição* (*Cuna de Lobos*, México: Televisa, 1986-1987), *Maria do Bairro* (*María la del Barrio*, México: Televisa, 1996) e *A Usurpadora* (*La Usurpadora*, México: Televisa: 1998) – tornaram-se marcantes para o cotidiano brasileiro. O êxito fez com que a emissora assinasse um contrato inusitado com a empresa mexicana: um documento no qual ficaria proibida a criação de telenovelas e demais obras dramáticas de textos nacionais. O arrependimento veio em 2007, quando, ao ver o fortalecimento da RecordTV (na época, Rede Record) nesse ramo, o SBT decidiu rescindir o contrato de exclusividade com a Televisa<sup>29</sup> para produzir narrativas próprias.

Desconstruindo sua tradição, o SBT optou por se espelhar em suas concorrentes e trocou o melodrama sentimental pelo naturalista, colocando no ar *Revelação* (2008-2009), novela de autoria de Íris Abravanel, esposa de Silvio Santos, que decidiu assumir o núcleo de teledramaturgia. Sem conseguir segurar a vice-liderança e sendo exibida sem horário fixo (era anunciada para as 22h30, mas iniciava após as 23h15)<sup>30</sup>, a novela não foi bem recebida pela

<sup>26</sup> Segundo Waldemar de Moraes, então supervisor do núcleo de novelas, em entrevista para Renata Rangel, publicada na matéria *Novelão, para não arriscar*, da *Folha Ilustrada*, em 5 de abril de 1982. Disponível em: <https://goo.gl/ZNaeZ8>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>27</sup> *Idem*.

<sup>28</sup> De acordo com o registrado em nota, na coluna *As novelas, ontem*, em 22 de janeiro de 1983. Disponível em: <https://goo.gl/SkC3ye>. Acesso em: 28 jan. 2019.

<sup>29</sup> Conforme apresentado em *Silvio Santos tenta romper contrato com Televisa*, de Ricardo Feltrin para o Ooops!, em 11 de outubro de 2007. Disponível em: <https://goo.gl/ugwXpy>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>30</sup> Como registrado em *SBT fica em terceiro lugar na audiência com estreia de ‘Revelação’*, na *Folha Ilustrada*, em 09 de dezembro de 2008. Disponível em: <https://goo.gl/3bwv53>. Acesso em: 01 fev. 2017.

crítica, especialmente após o dono da emissora, marido da autora, declarar que não a acompanhava<sup>31</sup>. Iris Abravanel tentou se reinventar e trouxe às telas *Vende-se um véu de noiva* (2009), adaptação de uma obra radiofônica de Janete Clair. A novela, considerada pela crítica como um “fracasso de audiência”<sup>32</sup>, beirou os 3,5 pontos na medição do IBOPE em alguns capítulos.

Em 2011, insistindo nas produções próprias, foi ao ar a novela *Amor e Revolução* (autoria de Tiago Santiago), focada em recriar momentos da Ditadura Militar, época de relevância para a História do Brasil. Como nos casos antecedentes, a expectativa foi grande e a audiência da estreia satisfez a direção artística da emissora; no entanto, o público demonstrou abandono à obra, possivelmente por sentir falta da principal característica das produções sbtistas: o sentimentalismo melodramático. Constatada rejeição após pesquisas de receptividade, as cenas de violência e tortura perderam espaço para os momentos românticos e cômicos<sup>33</sup>.

Quando já se cogitava o encerramento da teledramaturgia na emissora, Íris Abravanel lançou uma nova proposta: recriar uma novela infantil que marcou a história do SBT. A escolhida foi *Carrossel*, produção mexicana que registrava audiência equivalente ao *Jornal Nacional* (Rede Globo) no início dos anos 1990. Para abrir espaço às narrativas seriadas no início do horário nobre, antes da chegada de *Carrossel*, entrou no ar *Corações Feridos* (2012), adaptação de *La Mentira* (1998, México: Televisa). A novela, exibida às 20h30, retomou a vice-liderança em audiência<sup>34</sup> e recebeu cinco indicações ao *Prêmio Contigo! de TV*<sup>35</sup>.

Com personagens cumprindo papéis facilmente identificáveis (vítimas, traidores, justiceiros e cômicos) e linhas de enredo que abrangiam conflitos amorosos, familiares, sociais e tragédias, a trama classicamente melodramática estava de volta ao ar no SBT. As referências a símbolos nacionais e à identidade cultural do contexto em que foi produzida, o forte impacto musical e das imagens emblemáticas antecipadoras de acontecimentos foram outros elementos que amarraram a essência da latinidade à ficção seriada sbtista.

---

<sup>31</sup> Segundo *Silvio Santos declara que não assiste à novela 'Revelação'*, de Wandreza Fernandes para a Área Vip!, em 19 de janeiro de 2009. Disponível em: <https://goo.gl/bPLvzR>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>32</sup> De acordo com *Fracassos de Audiência – Vende-se um Véu de Noiva*, de Fábio Garcia para o site TV Foco em 22 de fevereiro de 2013. Disponível em: <https://goo.gl/js68xO>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>33</sup> Como lido em *Jornal: por rejeição, novela do SBT diminuirá cenas de tortura*, do Portal Terra para o espaço Novelas, em 19 de abril de 2011. Disponível em: <https://goo.gl/X6SA8C>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>34</sup> Segundo dados obtidos em *'Corações Feridos' termina com baixa audiência no SBT*, do NaTelinha, em 24 de maio de 2012. Disponível em: <https://goo.gl/UhrpGJ>. Acesso em: 01 fev. 2017.

<sup>35</sup> Informação extraída de *Veja alguns indicados ao Prêmio Contigo! de TV*, do Central Notícias, em 21 de fevereiro de 2013. Disponível em: <https://goo.gl/rgcrrjg>. Acesso em: 01 fev. 2017.

A estratégia de aliar a informação à ficção – característica comum do discurso televisivo brasileiro, segundo Elizabeth Rondelli (1998, *passim*) – também vem sendo adotada pelo SBT, porém sem o aparente intuito de promover discussões que transcendam a narrativa apresentada. Em síntese, a intromissão do *merchandising social* – fenômeno sistematizado e institucionalizado pela Rede Globo desde 1990, de acordo com Lopes (2009, p. 38) – surge como uma camada interna, um recurso acoplado ao sentimentalismo fundamental, uma ação pedagógica implícita, nas produções ficcionais do SBT.

Em suma, o melodrama pode ser entendido como uma forma de conduzir a narração, que é comumente aplicada à literatura, ao teatro, ao cinema ou à televisão. Fazem parte desse processo, nas palavras de Luiz Vadico (2012, p. 1), “simplificação, emoção, estéticas reconhecíveis e aguardadas, e repetição do modelo”. Essa estrutura e seus detalhes estilísticos – registros em primeiríssimo plano, interrupções e recapitulações distribuídas na serialização, por exemplo –, por sua vez, tendem a suscitar, no espectador, a identificação com sentimentos íntimos – conforme o raciocínio de Tania Modleski (1982), resgatado por Heloísa Buarque de Almeida (2002).

### **1.3 A metodologia que colore esta tese: revisitações à Narratologia, à Estilística e aos estudos estilísticos em audiovisual**

O universo da Comunicação tem uma forte característica quanto a suas teorias e abordagens metodológicas: o fato de, por não ser uma ciência pura, permitir que diversas áreas do conhecimento contribuam com ideias e métodos, a fim de fazer com que as pesquisas avancem significativamente. Em outras palavras, a Comunicação é, de certa forma, privilegiada por motivar a interdisciplinaridade, a transdisciplinaridade e a multidisciplinaridade.

Quando se dirige esse pensamento à Comunicação Audiovisual, vê-se um arsenal de propostas e experimentações para que se possa compreender o que ocorre na imagem e no som de diferentes mídias, tais como o cinema, a internet, os jogos eletrônicos e a televisão. São pesquisas que englobam segmentos como criação (idealizações, *brainstormings*, roteiros), produção (estratégias, técnicas, convergências), poética (narrativa, estilo, cognição) e recepção (audiência, crítica, formação de fãs).

Ao se observar o território dos estudos televisivos, mais estritamente, percebe-se uma preocupação constante em atualizar as perspectivas teóricas, em manter os objetos de estudo sempre aquecidos, em buscar temáticas que condigam com o contemporâneo. Isso, talvez, ocorra pelo fato de essa mídia, mesmo estando próxima dos cem anos de existência (somente

no Brasil, são quase 70), vive em frenética reinvenção e reestruturação, para não ser engolida pela tecnologia emergente, nem perder seu público.

Considerando o meio acadêmico em sentido universal, vê-se que as pesquisas envolvendo televisão, que comumente tomam emprestado visões e discussões oriundas da área do Cinema e da Literatura, buscam consolidar um campo exclusivo. Entretanto, assim como nas demais vertentes da Comunicação, esse espaço de investigações permite a interface com sítios de estudo que apresentam similaridade ou demonstram dialogar com seu *corpus*.

No Brasil, as pesquisas mais hodiernas parecem destacar metodologias que exploram a transmídia e a cultura participativa. Amostra disso são as publicações incentivadas pela Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva (OBITEL Brasil) nos últimos anos (LOPES, 2011; 2013; 2015; 2017). No entanto, ainda se nota a necessidade de se examinar mais cautelosamente o que ocorre na poética televisual: a constituição dos personagens, as linhas de enredo, a composição cênica, a montagem, os elementos extras, as nuances artísticas.

Heitor Leal Machado (2018) mostra, em um levantamento sobre as pesquisas brasileiras de alto impacto no campo da ficção seriada, dentro do período de 2013 a 2017, que tais trabalhos costumam ter as produções internacionais como objeto principal de análise. Quando se faz um filtro para os produtos nacionais, percebe-se que as telenovelas da Rede Globo, em especial *Avenida Brasil* (2012) e *Cheias de Charme* (2012), são as campeãs na preferência dos pesquisadores.

Ainda segundo o autor, “os trabalhos com foco no texto televisivo, em geral, buscavam compreender os sentidos, as representações, identidades, imaginários e mitos do texto audiovisual” (p. 11). Os estudos no segmento da produção, por sua vez, “tinham como objetivo avaliar os processos de transmidialidade” (p. 12); já os voltados à recepção, em menor quantidade, propunham-se “a compreender as práticas das audiências, desde sua produção de sentido até as dinâmicas de comunidade de fãs” (p. 12).

Na observação de Machado (2018), as pesquisas que se concentram nos aspectos textuais costumam utilizar a pesquisa exploratória e o estudo de caso, além de “análises discursivas, de conteúdo ou comparativas” (p. 13). De acordo com o autor, “as leituras dos textos audiovisuais têm diretrizes diversas, entre elas a Análise do Texto ou a Análise de Imagem em Movimento” (p. 13).

Por meio disso, reitera-se a relevância de expandir os horizontes da pesquisa em ficção seriada, desdobrando seu foco para além da produção norte-americana ou da Rede Globo. Também existe a necessidade de não se limitar a uma metodologia engessada, mas propor cruzamento de algumas abordagens, conforme a necessidade do objeto e/ou do problema de

pesquisa. Essa ideia de empirismo se mostra ainda mais pertinente se relacionada aos programas de auditório, quando analisados por suas narrativas e estilo.

A televisão, como mencionado, é uma mídia sujeita a hibridismos e mutações, o que dificulta a criação de uma metodologia fixa para análise. Dentro dessa linha de reflexão, pesquisadores como Arlindo Machado e Marta Lucía Velez (2007) apontam que, até que se consiga alcançar um pressuposto metodológico que cumpra enfaticamente com o intuito de aprofundar as explicações sobre esse fenômeno audiovisual, torna-se necessário o uso do método de tentativas, rascunhos, experimentações.

Esta tese, portanto, constrói suas análises com base em dois direcionamentos que, embora distintos, apresentam fortes combinações: narrativa e estilo. Essa escolha ocorreu por acreditarmos que a telepoética se constitui pelas estratégias expressivas resultadas dos procedimentos narrativos e das marcas estilísticas que costumam se repetir em diferentes obras de um mesmo produtor – no caso, de uma mesma emissora de televisão.

Para aprofundar os conceitos trabalhados, desenvolvemos o raciocínio a partir da Narratologia e da Estilística (englobando, nesta esfera, os chamados “estudos estilísticos”). Acredita-se que retomar tais concepções metodológicas, renovando suas características e aplicando-as à televisão, é um incentivo para o fortalecimento das pesquisas em Comunicação, sobretudo no que se refere ao modo de criação e fruição de obras televisuais.

### 1.3.1 Narratologia televisiva<sup>36</sup>

Resgatando o histórico registrado em estudos antecedentes (HERGESEL; SILVA, 2018), conceitua-se a Narratologia – termo cunhado por Tzvetan Todorov (1973), em seu *A gramática do Decameron*, lançado originalmente em 1969 – como o campo de estudos das narrativas. Narrativa, tal como citada por Aristóteles, em sua *Retórica*, é uma produção cultural caracterizada por enunciar a apresentação de um caso, prosseguido por um conflito, acarretando no discorrimento de ações, direcionando-se a um ponto culminante que se desprende na resolução desse emaranhado.

Em discussão mais recente e direcionada ao audiovisual, David Bordwell (2009, p. 278) recupera as noções de *syuzhet* e *fabula*, utilizadas pelo formalismo russo, sendo *syuzhet* (ou trama) o modo como a narrativa é apresentada e *fabula* (ou história) a ordem cronológica dos

---

<sup>36</sup> As ideias registradas neste item foram previamente apresentadas na oficina *As narrativas midiáticas infantojuvenis e a televisão: analisando séries e novelas*, ministrada no 41.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom (HERGESEL, 2018).

eventos trazidos pela narrativa. Para além dessa divisão, no entanto, vê-se necessário considerar os elementos fundamentais da narrativa primordial – enredo, personagens, tempo, espaço e foco narrativo – que ainda são utilizados nas narrativas contemporâneas<sup>37</sup>.

Independentemente do percurso utilizado para sua composição, narrar tem como significado geral descrever as movimentações de um evento, real ou fictício, envolvido, de alguma forma, em um discurso idiossincrático, que apresenta variações de autor para autor – e consequentemente variadas possibilidades de interpretação para seu consumidor final. Em televisão, a narrativa ganha espaço na dramaturgia (séries, novelas, telefilmes), no jornalismo (reportagens, documentários, narração de fatos) e no entretenimento (histórias de vida, *reality shows*, diálogos).

A recomendação em utilizar os estudos de Todorov para compreensão de fenômenos narrativos é justificada pelo próprio autor (TODOROV, 2006, p. 70): explorar a estrutura é sinônimo de não se satisfazer com a mera descrição do objeto, nem com uma interpretação fundamentada na psicologia, na sociologia ou na filosofia. Portanto, analisar narrativas televisivas, a partir de sua estrutura, é tentar compreender os motivos que levaram à sua criação, os efeitos potenciais de sua fruição, a representação sociocultural de sua produção e os possíveis reflexos de sua disseminação.

Para discorrer sobre as categorias da narrativa, em seu aspecto estruturalista, e elucidar sobre como elas podem se manifestar na televisão, elabora-se uma síntese a partir da obra coletiva assinada por Roland Barthes, A. J. Greimas, Claude Bremond, Umberto Eco, Jules Gritti, Violette Morin, Cristian Metz, Tzvetan Todorov e Gérard Genette (2011). Também se somam ao corpo teórico as leituras de Benjamin Abdala Junior (1995), Candida Vilares Gancho (2002) e Carlos Ceia (2018).

### 1.3.1.1 O tele-enredo

A narrativa televisiva, ficcional ou verídica, cria em si uma dimensão chamada diegese, que consiste em uma espécie de mundo narratológico. Elementos que fazem parte desse mundo

---

<sup>37</sup> Também nesse espectro estruturalista de se entender a narrativa, surgiram outras vertentes, distintas, mas complementares, entre as quais se destacam: um conjunto de etapas pelas quais um herói transita para conquistar seus objetivos e retornar ao seu território de origem (a “jornada do herói” ou “monomito”, de Joseph Campbell); um conjunto de características coincidentes nos contos de cunho fantástico (a “morfologia do conto maravilhoso”, de Vladimir Propp); a criação de mitos e o combustível cultural que eles possuem (o “mito”, de Roland Barthes); um modelo de como se comportam as ações de determinados personagens dentro das narrativas (as “funções actanciais”, de A. J. Greimas); construções de personalidades-modelo, levando em consideração o que existe em um imaginário coletivo (os “arquétipos”, de Carl Gustav Jung).

são considerados diegéticos; elementos que não pertencem a esse mundo são extradiegéticos; e elementos que extrapolam a diegese – criando uma espécie de novo mundo dentro do mundo já criado (como um devaneio ou uma passagem onírica) – são os intradiegéticos.

A diegese abriga em si todo o conteúdo oferecido pela narrativa: desde a introdução (início do que será explanado) até a resolução (conclusão do fenômeno narrado), compreendendo quaisquer obstáculos (ações; descrições e circunstâncias suplementares às ações; e diálogos necessários para o desenvolvimento das ações; dentre outros elementos) que estejam presentes na mensagem propagada.

O percurso que será percorrido na diegese, por sua vez, é o enredo, que se divide em quatro partes: (a) exposição: apresentação breve dos personagens, tempo e espaço; (b) complicação: conflito entre as personagens, causando tensão; (c) clímax: ápice da narrativa, parte com maior impacto; (d) desfecho: conclusão do conflito. O enredo, portanto, pode ser cronológico – quando há a presença de uma sequência (exposição > conflito > clímax > desfecho) – ou psicológico – quando é interior (deixando o presente de lado para retomar o passado ou projetar o futuro).

Na televisão, os enredos – ou tele-enredos – podem surgir de pelo menos três formas: fechado (como em um telefilme, uma reportagem, uma série gravada antes da exibição), semiaberto (como em uma telenovela, que tende a se modificar conforme a audiência registrada e a devolutiva dos espectadores) ou em processo (como em programas de auditório, sobretudo ao vivo, que edificam suas histórias no palco, muitas vezes interrompidos por elementos extradiegéticos ou pertencentes a outras diegeses).

### **1.3.1.2 Os telepersonagens**

Para que a narrativa ganhe movimentação e consiga se desenvolver, existem os personagens, isto é, os seres animados que executam as ações e participam da sequência temporal proporcionada pelo enredo. Os personagens – sejam humanos (como nas novelas), sejam animais (como nas fábulas), sejam objetos (como nos apólogos) – são identificados de acordo com sua relevância, com sua composição e com sua caracterização.

Quanto à relevância, existem o protagonista, o antagonista e os deuteragonistas. O protagonista é o personagem principal, caracterizado como o centro da história, de quem as ações giram ao entorno. O antagonista é geralmente portador de uma psique malévola e busca prejudicar ou criar obstáculos, conflitando com o percurso do protagonista. Já os deuteragonistas (ou coadjuvantes), também chamados de personagens secundários, apesar de

terem um destaque menor se comparado ao dos outros dois papéis, continuam sendo fundamentais para o desenvolvimento da trama.

Sobre a composição, caracteriza-se o personagem como sendo plano, redondo, tipo ou coletivo. O plano (ou desenhado) é o mais simplório, não evolui durante a narrativa e pode, muitas vezes, ser considerado previsível por apresentar características estáveis e repetitivas. O redondo (ou esférico) é o mais complexo, apresentando traços que se modificam conforme o andamento da narrativa, tornando-o imprevisível. O personagem tipo surge quando o personagem acaba se tornando estereotipado, relacionado a uma função social (o caipira, por exemplo). Já o coletivo corresponde a um grupo de indivíduos que atua de maneira animada, depreendendo uma vontade em comum, como se fosse um único ser (a família, por exemplo).

A respeito da caracterização, em cada personagem se torna perceptível uma concepção sobre seu perfil psicológico e social, não se restringindo à aparência e a seu detalhamento físico. A caracterização física está associada aos traços corporais; a psicológica apresenta relação com a maneira de ser juntamente dos valores éticos e morais; a social compreende a profissão que dado personagem exerce na narrativa, bem como seu relacionamento com os demais, também inseridos em um contexto político.

Em televisão, os personagens – ou telepersonagens – são mais facilmente visíveis em histórias de ficção (a vítima e o vilão; o bobo e o justiceiro; etc.), mas podem estar encapados pelas funções de repórter, apresentador ou, ainda, participante da plateia. Explica-se: ao passo que o telejornalismo e o entretenimento produzem narrativas, assim como a dramaturgia, é sensato que se atribua a função de personagem aos seres que coabitam as diegeses processadas por diferentes formatos.

### **1.3.1.3 O teletempo**

As narrativas – que são guiadas por um enredo e movimentadas por personagens – dispõem de alguns níveis de temporalidade, que podem ser considerados internos ou externos. Os tempos internos dizem respeito à diegese em si e a maneira como ela se desenrola: se cronologicamente ou psicologicamente. Já os tempos externos mostram mais relação com quem produz, o momento em que produz e quem consome.

O tempo cronológico é o tempo do desenrolar da ação, em que os fatos são narrados na ordem em que acontecem (do prólogo ao epílogo, geralmente sem desvios). Conforme o caso, a unidade de tempo é indicada – horário ou data – ou representada por uma comemoração

marcante (Páscoa ou Natal, por exemplo). Mesmo que não sejam evidentes a todo momento, também são comuns expressões como “no dia seguinte” ou “algum tempo depois”.

Diferente do tempo cronológico, o tempo psicológico não é mensurável. Dessa maneira, flui na mente das personagens. Não há uma linha cronológica precisa, havendo quebras na ordem da apresentação dos fatos. Em alguns momentos, antecipa-se um acontecimento; em outras passagens, recua-se no tempo e volta-se ao passado, sem prévio aviso. A narrativa com esse tempo apresenta um fluxo internamente ligado ao personagem e aos seus conflitos, reflexões e emoções.

Externo à narrativa, o tempo do escritor (ou tempo da enunciação) aborda a própria vida do autor, ou seja, sua idade biológica bem como as experiências já vividas. Isso enuncia, por exemplo, que o estilo de um autor é variável: uma obra lançada no início de carreira é, possivelmente, menos madura e polida do que uma produzida após alguns anos de prática. Em contexto televisivo, esse conceito acaba se expandindo para a equipe de produção num geral: as características da produtora, a experiência de mercado, o público que atinge, etc.

O tempo do leitor (ou tempo da percepção) é o modo como o espectador interpreta a obra: uma mesma narrativa pode ser entendida de uma maneira no início da adolescência e de maneira diversa quando esse leitor estiver na fase adulta, por exemplo. Por último, o tempo histórico é a época em que a narrativa foi criada e o contexto sócio-político-cultural que embasa essa atmosfera.

Em televisão, o tempo – ou teletempo – geralmente é bem estipulado, mas está à mercê das surpresas provocadas pela programação. Para ilustrar esse raciocínio, tem-se em mente a reprise de uma telenovela: dificilmente um episódio que se passou no Natal na época de sua exibição original (e por isso traz elementos natalinos para o audiovisual) coincidirá com essa data novamente. Outro exemplo é um programa ao vivo, que pode ter sua narrativa encurtada para acrescentar informações de última hora.

#### **1.3.1.4 O tele-espaço**

As narrativas – que são guiadas por um enredo e movimentadas por personagens em uma específica noção de tempo – precisam de um ambiente para serem realizadas. O lugar onde essas ações se passam – que pode ser ilimitado (como o universo) ou restrito (como um dormitório) – é denominado espaço. Quer decorativo (quando apenas enfeita a história), quer funcional (quando auxilia na narração), o espaço pode ser físico (ambiente pelo qual circulam as personagens) ou abstrato (englobando o espaço social e o psicológico).

O espaço físico assimila os aspectos geográficos, os pontos de referência, os objetos de decoração, entre diversos elementos que facilitam a construção do cenário da obra, tanto interno como externo. Já o espaço social aglomera o contexto sócio-econômico-cultural do local em que a diegese se apresenta, registrando, assim, os hábitos e valores da sociedade onde dado personagem está introduzido.

O espaço psicológico, por sua vez, é um cenário criado pela mente do próprio personagem e que transmite ao leitor a possibilidade de conhecer as expectativas e emoções internas do personagem em uma visão mais intimista. Trata-se de um local em que os personagens se encontram consigo próprios, na sua essência, criando uma atmosfera interior que dá vida a pensamentos, reflexões, divagações, sentimentos e emoções. Uma vez que este pode não fazer parte do espaço físico e social, tem sua representação dada por meio de monólogos.

Em televisão, o espaço – ou tele-espaço – ganha mais atenção do que na literatura, por exemplo, visto que os recursos visuais são mais acentuados e chegam ao espectador de forma mais rápida e sem muito esforço. Assim como no cinema, os espaços televisuais são representados por cidades cenográficas, estúdios ou até mesmo efeitos digitais, em prol da verossimilhança.

#### **1.3.1.5 O telenarrador**

As narrativas – que são guiadas por um enredo e movimentadas por personagens em uma específica noção de tempo dentro de um espaço – são registradas sob algum ponto de vista, o que determina quais cenas serão exibidas e quais serão omitidas. O modo de narrar, que está muito mais atrelado à trama do que à história, é o que configura o foco narrativo, que pode ser constituído em primeira pessoa – o narrador participa da história (evidencia-se a presença do “eu”) – ou em terceira pessoa – expõe-se a história de outrem, sem participação.

Partindo desse ângulo, o narrador pode assumir aspectos a respeito do tipo e da classificação. Existem dois tipos de narrador em primeira pessoa – narrador personagem (ou narrador protagonista) e narrador personagem secundária – e dois tipos de narrador em terceira pessoa – narrador observador e narrador onisciente.

O narrador personagem (ou narrador protagonista) é o centro da narrativa e se envolve nos acontecimentos; já o narrador personagem secundária participa dos acontecimentos, mas não é o personagem central, apesar de fazer parte do círculo de amizades. Paralelamente a isso, o narrador observador relata os acontecimentos criados ou vividos pelos personagens, como o

que aconteceu, o que as personagens disseram e, principalmente, suas ações e suas atividades; o narrador onisciente, além de retratar as ações dos personagens, também revela o que elas sentem e pensam.

No que tange à classificação do narrador, este pode ser enxergado em três óticas: heterodiegética, autodiegética e homodiegética. O narrador heterodiegético (= diegese do outro) não participa da narrativa; o narrador autodiegético (= diegese de si) é o que, além de participar da narrativa, ainda é protagonista; o narrador homodiegético (= diegese do semelhante), por fim, é aquele que participa da narrativa, mas não assume a posição de protagonista.

Em televisão, o narrador – ou telenarrador – dificilmente será autodiegético ou homodiegético, tendo em vista a demanda necessária para que se registre toda a produção em câmera subjetiva (somente assim o narrador assumiria, também, a posição de personagem). Contudo, mesmo na narração heterodiegética, nota-se um predomínio do narrador observador, o que pode resultar em uma fidelidade da audiência – que, por não estar ciente de todos os detalhes da narrativa, fica apreensiva para os desdobramentos.

### **1.3.1.6 Programas de auditório como contenedores de narrativas**

De acordo com Vera França (2006, p. 10), “programas televisivos são narrativas que refletem e constroem imagens, representações e valores sociais. Constituem também interlocuções complexas, em que estão enredados diferentes atores sociais”. Por “programas televisivos” não podemos nos prender à referência à teledramaturgia, mas também ao jornalismo e ao entretenimento. Ao passo que reportagens e documentários produzem uma narrativa do cotidiano, registrando pelo audiovisual a realidade do contemporâneo, os *reality shows* e programas de auditório confeccionam narrativas em processo.

Para explicar esse raciocínio, é preciso relembrar que entendemos como narrativa toda obra guiada por um enredo e movimentada por personagens em uma específica noção de tempo dentro de um espaço, sob um determinado foco narrativo. Essa definição, como poderá ser observado ao longo deste trabalho, não se limita à ficção seriada, mas a outras tantas formas de apresentar fatos e ideias.

Inicialmente, temos de considerar que, em se tratando de televisão, a narrativa seriada não é o único modo de manifestação de uma narrativa ficcional. As telenovelas, as séries televisivas e suas ramificações – seriado, minissérie, microssérie, macrossérie, supersérie, etc. (cujos aspectos discursivos e distinções entre si não são foco desta pesquisa) – compõem o

núcleo de teledramaturgia ao lado de teleteatros, telefilmes, esquetes televisivos, *teasers*, entre outras denominações de obra única.

Também é necessário ter em mente que a ficção televisiva não é detentora absoluta das narrativas, já que a não ficção pode compor fenômenos comunicacionais desse tipo. Seja de modo seriado, seja unitário, o telejornalismo, por exemplo, produz obras que, muitas vezes, encaixam-se no perfil de narrativas, uma vez que não se limitam a transmitir informações ou a ler notícias, mas a explorar o potencial comunicativo e cultural de um acontecimento – como em séries documentais ou documentários televisivos.

Por fim, é ainda fundamental esclarecer que, dentro da não ficção, as narrativas não são exclusividade dos programas jornalísticos. Histórias são formadas dentro de outros formatos televisivos, como os *game shows*, as entrevistas, os *reality shows*, os concursos de talento, entre demais variedades – independente do fato de os elementos narrativos estarem explícitos e/ou serem facilmente identificáveis. Luiz Carlos Travaglia (2007) cita o que seria uma narrativa de não história, diferenciando-a da tradicional narrativa de história:

No caso da espécie história da narração, os episódios aparecem encadeados entre si, caminhando para um desfecho ou resolução e um resultado. Já na espécie não história da narração, os episódios estão lado a lado no texto, mas não se encadeiam, conduzindo a uma resolução e a um resultado (TRAVAGLIA, 2007, p. 43).

Muito embora a observação de Travaglia esteja mais direcionada ao texto escrito do que à modalidade de expressão audiovisual, é notável sua transição para a televisão: programas de variedades, em geral, parecem não seguir uma lógica narrativa, mas suas atrações caminham paralelamente para a construção de um todo, o organismo que dará sentido ao programa em si. Em estudos prévios, constatou-se que “é possível afirmar, portanto, que os programas de auditório são macronarrativas em que habitam várias diegeses, cada qual com seus enredos e personagens específicos” (HERGESEL; FERRARAZ, 2018b, p. 12).

Para Carmen Ligia Cesar Lopes Torres (2004, p. 64), “a linguagem coloquial e direta dos programas de auditório pressupõe uma narrativa com as mesmas características”, isto é, “objetiva, com baixo nível de ambiguidade, pouca utilização de metáforas e, na maior parte das vezes, referenciada em fatos da vida real”. Ainda nessa relação entre programas de auditório e as narrativas que eles apresentam, a autora expõe:

O gênero programas de auditório é definido como uma mistura de formatos televisivos, nos quais acontecem narrativas ficcionais, narrativas sobre fatos

reais, como as notícias, experiências artísticas – música e dança –, além de debates de ideias sobre assuntos diversos e descrições e narrativas de histórias da vida real, estas últimas como ponto de partida para ações assistenciais (TORRES, 2004, p. 171-172).

De acordo com Ignácio Coqueiro<sup>38</sup>, diretor de televisão, existe uma proximidade entre a dramaturgia e o entretenimento, coincidindo elementos da telenovela nos programas de auditório. Em entrevista para Renan Feitosa de Oliveira e Dirceu Lemos da Silva (2016), esclarece:

O público brasileiro se acostumou com novela; então, a dramaturgia está inserida de certa forma em todos os lugares, não só na novela, não só na minissérie; ela está integrada em uma necessidade que o público tem de acompanhar uma história [...]. Então, o programa de auditório, por mais que venha um cantor, ele vem acompanhado de uma história. Fazer um programa de auditório feito uma salada de fruta não dá certo, ele tem que ser pensado e conduzido para aquilo. Tem que ter uma narrativa, para o público poder pegar (aí você pode ter uma narrativa mais sofisticada, menos sofisticada). (COQUEIRO in OLIVEIRA; SILVA, 2016, p. 10).

Nesse misto de narrativas (ficcionais, factuais e biográficas), forma-se o programa de auditório enquanto gênero televisivo. Prosseguindo com esse raciocínio, Oliveira e Silva aprofundam o caso das histórias de vida, muito presentes nos programas de auditório, e reforçam que “as narrativas de pessoas anônimas são o apoio para as matérias externas. É uma relação de ambivalência, onde dois interesses são atendidos, a história do anônimo que se deixa expor e o interesse da audiência” (OLIVEIRA; SILVA, 2016, p. 12).

Os programas de auditório, portanto, parecem seguir a noção de uma narrativa sideral: existem diversas micronarrativas sendo eclodidas e/ou desenvolvidas e/ou encaixadas – ora independentes, ora entrelaçadas – ao longo de toda exibição, tais como corpos celestes orbitando (às vezes, sem itinerário) em um grande sistema astronômico; quando aproximadas em justaposição ou unificadas por aglutinação, esses astros audiovisuais compõem uma galáxia narrativa, a qual chamamos de macronarrativa.

---

<sup>38</sup> Ignácio Coqueiro (Rio de Janeiro, 6 de setembro de 1957) é um diretor de televisão e cinema, responsável por produções como as telenovelas *Mulheres de Areia* (Rede Globo, 1993) e *Máscaras* (RecordTV, 2015) e os programas de auditório *Caldeirão do Huck* (Rede Globo, 2000-2005) e *Xuxa Meneghel* (2016-2017).

### 1.3.1.7 Considerações sobre a pertinência da Narratologia para os estudos televisivos

É notório que as narrativas televisivas – que são guiadas por um enredo e movimentadas por personagens em uma específica noção de tempo dentro de um espaço, sob um determinado foco narrativo – ganham diferentes perspectivas quando são produzidas e apreciadas. Do processo de criação ao de recepção, passando pela produção e fruição e considerando a devolutiva do público, a ótica narrativa é variável e depende de fatores externos à obra. Por isso, resulta-se inviável buscar uma verdade a respeito dos processos interpretativos das narrativas; entender sua estrutura e seu mecanismo torna-se aparentemente mais relevante.

Dessa maneira, os estudos de Todorov – inicialmente aplicados aos estudos literários – continuam se mostrando indicados para que se possa analisar uma narrativa, independente da modalidade linguística (verbal, visual, audiovisual) ou nível de complexidade que apresente. Conforme mencionado em pesquisas prévias (HERGESEL; SILVA, 2018), enquanto algumas propostas metodológicas buscam apenas tangenciar a obra por meio de paráfrases, baseando-se em subjetivismo e devaneio, o estruturalismo de Todorov elenca a obra como um todo, levando em consideração atividades internas e externas, funcionando, inclusive, em produtos audiovisuais cotidianos.

### 1.3.2 Estilística televisiva

Resgatando o histórico registrado em estudos antecedentes (HERGESEL; FERRARAZ, 2017c), verifica-se que os estudos voltados ao estilo tiveram sua origem na Antiguidade, com as fundamentações aristotélicas sobre Retórica e Poética. Posteriormente, esses estudos resultaram na disciplina Estilística – nome criado por Charles Bally (1905) – que priorizava os estudos linguísticos e literários. As pesquisas contemporâneas, contudo, avançaram nos estudos do estilo para outras modalidades de expressão, como o audiovisual.

De forma sintetizada, a Estilística aborda os fatos expressivos da linguagem de acordo com seu conteúdo emocional, como a expressão dos fatos da sensibilidade por meio da linguagem e a ação dos fatos da linguagem sobre a sensibilidade. Essa definição foi elucidada no *Précis de Stylistique (Compêndio de Estilística, 1905)* e detalhada no *Traité de Stylistique Française (Tratado de Estilística Francesa, 1909)*, ambos publicados por Bally. O conteúdo dessas obras é retomado por pesquisadores contemporâneos, ainda que sem traduções para o português e de acesso dificultoso no Brasil.

Conhecida por alguns autores – tais quais Pierre Guiraud (1978, *passim*) e Cláudio Cezar Henriques (2001, p. 1) – como “ciência da expressão”, a Estilística foi alicerçada a partir de um desdobramento acadêmico. Ao mesmo tempo em que Bally exercitava suas análises na relação entre a língua e o ato social proporcionado, Leo Spitzer (1948) analisava a relação entre a linguagem e sua manifestação na literatura – congêneres resgatado por Pierre Guiraud (1978, p. 90-102), Alicia Yllera (1979, p. 17-30), José Lemos Monteiro (2005, p. 15-24), Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 20-28), Cláudio Cezar Henriques (2011, p. 52-73), dentre outros.

Enquanto Spitzer dedicava sua atenção à compreensão do estilo linguístico como ele deveria ser artisticamente (*estilística idealista*), Bally atentava-se ao estilo linguístico da forma como ele socialmente era tratado (*estilística descritiva*). Mesmo que as estilísticas possam parecer semelhantes – ou seja, a observação dos aspectos sociais da língua (descritiva) seja similar à averiguação dos fatos culturais da literatura (idealista) –, nota-se que há a existência de certo recato ao empregar a estilística de Bally em pesquisas sociolinguística e a estilística de Spitzer em processos da teoria literária.

Posteriormente, concretiza-se a criação da *estilística funcional* e da *estilística estrutural*, quando Roman Jakobson (1969) propõe uma segmentação para as funções da linguagem, destinando-as à estrutura textual de enunciados distintos – a saber: emotiva (centrada no emissor), conativa (focada no receptor), referencial (pendida para o contexto), fática (relativa ao contato), metalinguística (dirigida ao código) e poética (ligada à mensagem).

Outros âmbitos da Estilística surgiram paralelamente ao avanço científico (MONTEIRO, 2005, p. 24-38), tais como: *estilística retórica*, pautando-se na interpretação do uso de figuras de linguagem nos planos de expressão e conteúdo; *estilística gerativa*, focada em descrever as frases gramaticalmente admissíveis de uma língua; *estilística estatística*, quantificando os recursos demandados pelo autor, concretizando uma demarcação do estilo do profissional; *estilística poética*, debruçando-se sobre as etapas que tornam artística uma obra literária; e *estilística semiótica*, atentando-se em discutir os mecanismos destinados aos signos para a formação de sentido.

Já se citaram também: *estilística sociolinguística*, que visa ao estudo de determinados aspectos de variação linguística (MARTINS, 2008, p. 23); *estilística discursiva*, que não se limita à gramática ou à literatura para se compor (HENRIQUES, 2011, p. 83); *estilística da enunciação*, que se preocupa em investigar as relações entre interlocutores (MARTINS, 2008, p. 234); e *estilística do enunciado*, que tem como foco o texto verbal, com suas particularidades de fonética, morfologia, sintaxe e semântica (MARTINS, 2008, p. 234).

Independentemente da nomenclatura recebida, percebe-se que a Estilística mantém suas características iniciais: estudar a intersecção entre expressão e afetividade. Dessa maneira, podemos inferir que, mediante a identificação de recursos projetores de lirismo, da estruturação de uma obra objetivada à demarcação autoral, da representação psicossocial registrada por tais elementos, dentre outros aspectos, os estudos estilísticos mostraram-se pertinentes também para os produtos audiovisuais.

### 1.3.2.1 Estudos estilísticos no audiovisual

À medida que alguns pesquisadores se voltaram a recriar nomenclaturas para os recursos estilísticos comumente aplicados às palavras, trabalhando com a identificação de figuras de linguagem e com a maneira como elas evidenciam a qualidade expressiva (v. **Apêndice B**), outros se ocuparam em discutir como as técnicas fílmicas apresentavam a afetividade na segmentação do audiovisual. Nesse sentido, David Bordwell inspirou-se no estudo do formalismo de Noël Burch e propagou o que veio a se chamar estilo cinematográfico.

Para Bordwell (2013), o estilo é “um uso sistemático e significativo de técnicas da mídia cinema em um filme. [...] é a textura das imagens e dos sons do filme” (p. 17). Ainda segundo Bordwell (2008), “em grande parte do cinema narrativo, a ficção é orquestrada para nosso olhar pela encenação cinematográfica, que é construída para informar, manifestar ou simplesmente encantar visualmente<sup>39</sup>. Somos afetados, mas não percebemos” (p. 29).

O desenvolvimento do sentimento de afeto por parte do espectador pode ser despertado por meio da função denotativa, ou seja, “a descrição de cenários e personagens, a narração de suas motivações, a apresentação dos diálogos e do movimento” (BORDWELL, 2008, p. 59), mas também pelas qualidades expressivas, as quais “podem ser transmitidas pela iluminação, pela cor, pela interpretação, pela trilha musical e por certos movimentos de câmera” (p. 59).

Nesse sentido, a análise estilística mostra-se relevante na medida em que “sem interpretação e enquadramento, iluminação e comprimento de lentes, composição e corte, diálogo e trilha sonora, não poderíamos apreender o mundo da história” (p. 57-58). Assim, começaram a intensificar-se as buscas pelo estilo televisivo, partindo dessa ideia primária de estilo cinematográfico.

---

<sup>39</sup> E acrescentamos, “sonoramente”, visto que o autor lida com o audiovisual.

### 1.3.2.2 Estudos estilísticos aplicados à TV

Transferindo um olhar semelhante ao que aplicava ao cinema clássico hollywoodiano, Kristin Thompson ficou conhecida por sugerir a definição de televisão clássica (*classical television*). Na opinião da pesquisadora (THOMPSON, 2003, p. 19), as narrativas ficcionais de ambas as mídias, quando construídas do modo clássico, apresentam fácil compreensão, pois têm a função principal de entreter. Essa visão é atestada por Gary Copeland (2002, p. 191), afirmando que a televisão instigou seu estilo visual e auditivo por intermédio de outras formas de entretenimento, como o cinema, o teatro, o rádio e o *vaudeville*<sup>40</sup>.

Concomitantemente à utilização de uma metodologia que se fixava nos estudos cinematográficos, por Thompson, houve a enunciação de uma metodologia particular para os estudos de televisão, proposta por Jeremy G. Butler (2010), relacionando o produto midiático com o contexto cultural que o circunda. Segundo o pesquisador, estilo é “qualquer padrão técnico de som-imagem que sirva uma função dentro do texto televisivo”, portanto, “estilo é estrutura, a sua superfície, a rede que mantém juntos seus significantes e através do qual os seus significados são comunicados” (*apud* ROCHA, 2016, p. 24).

O conjunto de todos os objetos materiais de uma cena – objetos, móveis, paredes, atores – e o arranjo desses objetos para apresentar efetivamente a narrativa e os temas da obra, são os pontos de partida do estilo, caracterizando a *mise-en-scène* (BUTLER, 2002, p. 93). Há ainda a junção a esse aspecto da utilização da câmera com seus enquadramentos e movimentações (p. 115), e da edição (p. 143).

Com base nas premissas levantadas por John Caldwell (1995, p. 5), vê-se que o estilo se tornou sujeito da televisão: a autoconsciência assumiu um caráter tão grandioso que passou a ser descrita com mais precisão como uma atividade, mais que como um olhar particular. Complementando essa análise, Sarah Cardwell (2013, p. 29) aponta que a progressão da análise complexa de programas de televisão particulares trata-se de um desenvolvimento totalmente positivo – não só por si em unidade, mas também porque auxilia na construção de uma crítica mais elaborada, considerada e lúcida sobre televisão dentro da academia.

Butler (2010) enumera quatro dimensões para a análise estilística em televisão. A primeira é a de descrição, pois acredita que o mesmo esforço aplicado pela produção deve ser empenhado na desconstrução do objeto. A segunda é a de análise/interpretação, que examina as técnicas e escolhas estilísticas e os possíveis efeitos e sentimentos que elas podem provocar

---

<sup>40</sup> *Vaudeville* é um gênero de entretenimento de variedades (cantores populares, circo dos horrores, literatura burlesca) que predominou nos Estados Unidos e no Canadá no início dos anos 1880.

no processo de fruição. A terceira é a de avaliação, sobre a qual não aprofunda, já que, em sua visão, não há regras específicas para se determinar a qualidade de uma obra televisiva. E a quarta é a histórica, que tende a situar o programa em seu contexto presente, por meio de revisitações de influências do passado.

### **1.3.2.3 Estudos estilísticos aplicados à TV brasileira**

“A televisão apoia-se no estilo – cenário, iluminação, videografia, edição e assim por diante – para definir o tom/atmosfera, para atrair os telespectadores, para construir significados e narrativas”, afirma Simone Maria Rocha (2016, p. 24). Por mais que estudos destinados a compreender o estilo televisivo sejam índices de um potencial para aprimoramento das pesquisas em Comunicação, este é um “aspecto que, em geral, não é dos mais enfatizados na pesquisa sobre televisão” (PUCCI JR., 2014, p. 676).

Segundo Rocha (2016), a concepção de que a narrativa televisiva é um fluxo contínuo proporcionou que as análises de produtos específicos fossem encobertas (p. 45). As abordagens que existem geralmente são feitas pela Semiótica, pela Análise do Discurso ou pelos Estudos Culturais, “quase sempre voltadas para entender os textos como formas culturais e as convenções ou códigos que os governam” (p. 44). A consequência do estilo nos programas de televisão é um tema atual, sobretudo no Brasil.

Ainda de acordo com Rocha (2016), que se dedica a estudar o texto televisivo em sua relação com o contexto cultural no qual se insere, o estilo televisivo pode “denotar, expressar, simbolizar, decorar, persuadir, chamar ou interpelar, diferenciar, significar ao vivo” (p. 32). Para a autora, o estilo mostra-se pertinente para entender a “interseção de padrões culturais, econômicos, tecnológicos e de códigos semióticos/estéticos” (p. 34).

Pucci Jr. (2014), por sua vez, dedica-se à relação entre estilo e cognitivismo, usufruindo do conceito de *schemata*, ou seja, “estruturas cognitivas abstratas que, ao ativar a memória de longo prazo, fornecem condições para o conhecimento” (p. 678). Para o autor, essa aplicação mostra-se efetiva “tanto para entender como ocorrem as escolhas técnicas em cada narrativa fílmica, quanto para saber o que acontece com o espectador enquanto assiste a um filme” (p. 678).

Para Rocha (2016), a função da análise estilística é “revelar a continuada importância e o valor cultural que a televisão possui em nossas realidades brasileiras” (p. 9). O estilo também pode “contribuir para que o Brasil se reconheça e se aproxime cada vez mais de uma América

Latina de língua hispânica cujas matrizes históricas e culturais, conflitos sociais e políticos formam um terreno comum de vivências e compartilhamentos” (p. 11).

Dialogamos com a autora ao acreditarmos que a análise estilística confere que “o estudioso pense como um criador, entendendo como os programas são produzidos da perspectiva dos produtores” (p. 19). Além disso, essa metodologia “nos ajuda a desvendar os modos pelos quais um anúncio nos persuade, um noticiário molda nossas perspectivas ou um drama retrata o mundo” (p. 19).

Em síntese, entendemos que a análise estilística se dedica a investigar os aspectos expressivos que compõem determinada peça; no caso dos meios audiovisuais, podemos relacionar: os registros de câmera (movimentação, angulação, resolução, etc.), os detalhes da *mise-en-scène* (enquadramento, cenário, iluminação, posicionamento de atuação, encenação, figurino, maquiagem, etc.); os componentes da trilha sonora (músicas, efeitos, falas, diálogos, etc.); e as representações sociais do contexto que circunda a obra.

### 1.3.3 SBT: como analisar?

A adoção da análise narrativa e estilística levou em consideração o fato de: (1) a análise narrativa propiciar um entendimento sobre a estrutura utilizada para se contar a história, abrangendo aspectos internos e externos; (2) a análise estilística possibilitar uma imersão nos mecanismos utilizados para realizar a comunicação, tendo em vista elementos textuais – como registros de câmera, *mise-en-scène* e trilha sonora – e sociais. Acreditamos que a combinação desses elementos tende a direcionar para a maneira como é constituída a telepoética da emissora estudada.

Para selecionar os recortes que serviram de material para análise, adotou-se como guia o método de seleção adotado pelo Grupo de Pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (PPGCom/UAM/CNPq). Para os autores (PUCCI JR. *et al*, 2013), a análise de determinado produto não deve ser aplicada ao longo de sua totalidade, pois isso resultaria num esforço desnecessário e inviável de ser realizado. A recomendação, portanto, é selecionar “pontos nodais” da trama, isto é, “aqueles que podem conter os elementos necessários para que se atinja o objetivo da investigação” (PUCCI JR. *et al*, 2013, p. 97).

Em se tratando de ficção seriada no SBT e cientes da finalidade desta tese, consideramos que os pontos nodais são elementos comuns do melodrama. Nesta tese, elegeram-se, portanto, oito cenas de cada produção. As cenas priorizam: (1) estabelecimento de par romântico; (2) demonstração de conflito familiar; (3) representação de conflito social; (4) momento trágico;

(5) menção a algum elemento nacional; (6) referência a algum fator da identidade da emissora; (7) situação em que a música conduz a história; (8) registro de imagem emblemática. As produções selecionadas para análise são *Carrossel* (2012-2013), *Chiquititas* (2013-2015) e *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016).

Já para os programas de auditório, utilizou-se como critério o impacto que tais produções representam à emissora, sobretudo em sentido de audiência consolidada pelo IBOPE. Dessa forma, foram eleitos três produtos: *Domingo Legal* (1993-presente), *Eliana* (2009-presente) e *Máquina da Fama* (2013-2017). Ainda afinando o *corpus*, usou-se como recorte os trechos: *Rola ou Enrola?* de 15 de março de 2015 (*Eliana*); *Passa ou Repassa* de 21 de junho de 2015 (*Domingo Legal*); e *Desafio da Máquina* de 14 de dezembro de 2015 (*Máquina da Fama*). A escolha por esses recortes específicos ocorreu com base em análises prévias realizadas ao longo do desenvolvimento da pesquisa e apreciadas pelos pares, resultando em publicações em revistas bem qualificadas na área de Comunicação.

Em síntese, esta pesquisa adotou como metodologia uma abordagem analítica ancorada na Narratologia e na Estilística, englobando os estudos de narrativa e estilo no audiovisual, para se chegar à telepoética. Observamos, portanto, nas cenas selecionadas, os aspectos estilísticos (movimentação de câmera, angulação, tipo de plano, enquadramento, cenário, posicionamento de atuação, encenação, iluminação, figurino, maquiagem, trilha musical, efeitos sonoros, cargas expressivas nas falas e diálogos), em combinação com as categorias narrativas (enredo, personagens, tempo, espaço e narrador).

A partir dessas análises e dos consequentes resultados que elas propõem, almeja-se compreender a telepoética constituída pelo SBT. Neste momento, optou-se por não explorar linhas de investigação paralelas, como as propostas teóricas das narrativas infantojuvenis ou a semiótica da cultura – pertinentes para aprofundamentos futuros, mas inviáveis para o objetivo geral deste trabalho.

## 2 ANÁLISE DA FICÇÃO SERIADA DO SBT

Entendemos a ficção seriada televisiva como a narrativa ficcional que se divide em episódios, sejam eles capitulares, seriados ou unitários<sup>41</sup>. Pesquisar a ficção seriada televisiva, nas palavras de Letícia Capanema (2017), justifica-se porque “a intensa penetração cultural da televisão durante o século XX ainda se faz presente neste início do século XXI, mesmo a televisão tendo cada vez mais compartilhado espaço com outras mídias também importantes” (p. 36). Ainda para a autora:

[...] embora a fragmentação e a descontinuidade narrativa já existissem antes da televisão (no cinema, na literatura epistolar, nos folhetins publicados em jornais, nas radionovelas) e continuam ainda presentes em formatos pós-televisuais (webséries e *videogames*, por exemplo), é na televisão que a serialidade ganha expressão industrial e forma significativa, desenvolvendo técnicas arrojadas de exploração da fragmentação (CAPANEMA, 2017, p. 43).

Conforme o procedimento metodológico descrito no primeiro capítulo, selecionamos para análise as telenovelas: *Carrossel* (2012-2013), *Chiquititas* (2013-2015) e *Cúmplices de um Resgate* (2015-2016).

### 2.1 Narrativa e estilo em *Carrossel* <sup>42</sup>

Com autoria assinada por Íris Abravanel e direção geral de Reynaldo Boury, *Carrossel* foi exibida ao longo de 14 meses, de maio de 2012 a julho de 2013, contando com 310 capítulos, posteriormente reprisados (em 2013, em 2015/2016 e em 2018/2019). Trata-se de uma releitura de *Carrusel* (México: Televisa, 1989-1990), que por sua vez foi uma versão de *Jacinta Pichimahuida, la Maestra que no se Olvida* (Argentina: Canal 9, 1966), a qual teve como base histórias de Abel Santa Cruz (1915-1995), publicadas originalmente nos anos 1940.

A narrativa registra o dia a dia de uma turma de 3.º ano do Ensino Fundamental, cuja professora é marcante pelo carisma. Embora exista uma concentração no casal infantil protagonista, Cirilo e Maria Joaquina (as tentativas de aproximação, os conflitos interpessoais),

---

<sup>41</sup> Parafrazeando Arlindo Machado (2014), as narrativas de episódios capitulares são as que apresentam uma história desenvolvida linearmente, como as telenovelas; as narrativas de episódios seriados são as que conservam o mesmo núcleo de personagens e a mesma diegese, mas com autonomia entre os episódios; por fim, as narrativas de episódios unitários são as que apresentam enredos e personagens diferentes a cada episódio, sendo unidos apenas pela mesma temática.

<sup>42</sup> Este item serviu como base para artigo publicado em periódico científico (HERGESEL; FERRARAZ, 2017d).

as demais crianças – e também os personagens adultos – têm histórias próprias, o que permite a existência de diversos eixos narrativos.

### 2.1.1 Síntese do enredo

Com o fim das férias escolares, as crianças estão ansiosas para o início das aulas no 3.º ano do Ensino Fundamental. Helena, a nova professora, mostra-se nervosa com o desafio de lecionar para a turma, mas acredita em métodos lúdicos para ensinar, ao contrário do que a diretora da escola defende: uma abordagem autoritária e disciplinar. Cada aluno tem uma personalidade, que vai do mais tímido ao mais peralta, demonstrando a diversidade com a qual Helena lidará ao longo do ano letivo.

Ao conhecer seus alunos, Helena traça os problemas com os quais precisará lidar: a garota rica e mimada que menospreza os colegas com base na classe social e na etnia; o garoto que não tem limite com as traquinagens e prejudica os colegas e os outros professores; a garota ingênua que fica submissa às ordens do irmão mais velho; o garoto inocente que é constantemente ridicularizado pelos colegas; a garota com obesidade que sofre *bullying* devido ao seu peso; dentre outros casos particulares que são desvendados ao longo da narrativa.

Por se tratar de uma obra audiovisual dividida em 310 capítulos e com várias linhas de enredo, há diversos pequenos clímaxes no decorrer da narrativa. Destaca-se, no entanto, a última tentativa fracassada de Suzana, a professora substituta, de separar Helena e Renê, o professor de música. Com as crianças apoiando o romance de Helena e Renê, o professor recebe ajuda para pedi-la em casamento. O ponto forte se encerra com a cena de casamento dos dois.

O fechamento da narrativa é feito em três níveis: diegético, intradiegético e extradiegético. No primeiro caso, as crianças se despedem de Helena e Renê, que entram em lua-de-mel, e passa o tempo equivalente à chegada de um novo ano letivo, com os alunos novamente na escola. No segundo caso, um sonho de Adriano, o aluno mais imaginativo, mostra qual será o futuro de cada personagem, como um epílogo em forma de *flashforward*. No terceiro caso, há um show com todo o elenco no Circo Tihany, evento que de fato aconteceu em São Paulo, em 11 de março de 2013, sendo posteriormente televisionado como parte do capítulo final.

### 2.1.2 Anotações prévias sobre a novela

De maneira geral, o primeiro elemento que comumente chama a atenção em uma obra, independentemente da plataforma em que é veiculada, é o título. Ao estudar o melodrama, quando do seu surgimento, Thomasseau (2012, p. 32) explica que eles “traziam em seu título o nome do herói [...], da heroína ao patético de sua condição [...], o lugar pitoresco ou grandioso onde se desenrolava a ação [...], ou ainda a catástrofe que finalizava o drama”. O título *Carrossel* é, na verdade, uma aglutinação das palavras *carro* e *céu*, conforme explicado no episódio 127, de 13 de novembro de 2012. Trata-se do nome da banda que as crianças decidem montar: *carro* é usado em homenagem a Rafael, pai de Jaime (idealizador do projeto musical), que é mecânico; e *céu* é utilizado como sinônimo de limite, ou seja, “até onde a banda pode chegar”, de acordo com a fala do personagem. A partir dessa análise, verifica-se que esse elemento não dialoga com os critérios inicialmente estabelecidos para o melodrama clássico. No entanto, se for retomado o título da obra original – *Jacinta Pichimahuida, la Maestra que no se Olvida* –, é possível verificar a segunda hipótese levantada por Thomasseau: o nome da heroína (Jacinta Pichimahuida) está precedido de sua marca de personalidade (a professora inesquecível).

Prosseguindo nos elementos possivelmente melodramáticos, o tema costuma girar em torno das mesmas ideias: de Providência (a maldade é superada pelas atitudes benévolas), de Reconhecimento (o personagem chega ao ápice de seu desenvolvimento, percebe-se e retorna à estaca zero) e de Amor (as mais variadas formas de condução de uma história amorosa) (THOMASSEAU, 2012, p. 34-38). Em *Carrossel*, nota-se que, em todas as ações, os atos considerados do mal, embalados em intrigas, fofocas e vilanias, são vencidos pelas ações de bem, permitindo geralmente a abertura para uma lição de moral – atitudes que caracterizam o aspecto da Providência. Já quando há um conflito entre vítima e traidor, principalmente envolvendo as crianças, constata-se que o vilão é reformado e a narrativa volta ao ponto neutro – compondo, portanto, o Reconhecimento. Cenas movimentadas pelo Amor são ainda mais comuns, destacando-se os amores não correspondidos (como a paixão platônica de Cirilo por Maria Joaquina), os triângulos amorosos (especialmente entre os professores Helena, Renê e Suzana), os namoros de infância (tendo como maior referência a afetividade entre Valéria e Davi), as negações do amor (tal qual o bloqueio proposital de Paulo pelo que sente por Alicia) e os relacionamentos rompidos (por exemplo, o divórcio de Inês e Frederico).

Não só as relações estabelecidas entre os personagens dialogam com as características como tais seres, em si, têm sua cota de melodramaticidade. Como explica Thomasseau (2012,

p. 19), “os personagens do melodrama são *personae*, máscaras de comportamentos e linguagens fortemente codificadas e imediatamente identificáveis”. Tais formas de comportamento ficam tão evidentes a ponto de serem facilmente categorizados. Utilizando o método de classificação de Martín-Barbero (2009, p. 169-170), é possível identificar os traidores, as vítimas, os justiceiros e os bobos.

Na categoria de Traidor (“personificação do mal e do vício, mas também a do mago e do sedutor”), estão Maria Joaquina, Jorge, Paulo, Kokimoto, Suzana, Matilde e Olívia; na de Vítima (“encarnação da inocência e da virtude, quase sempre mulher”), Cirilo, Carmem, Adriano, Marcelina, Helena e Renê; na de Justiceiro (“que, no último momento, salva a vítima e castiga o traidor”), Daniel, Valéria, Firmino e Mário; na de Bobo (“a presença ativa do cômico”), Jaime, Laura, Graça e Jurandir.

### 2.1.3 Observando os recursos melodramáticos

*Carrossel* se inicia com os protagonistas, Cirilo e Maria Joaquina, aprontando-se para o primeiro dia de volta às aulas. Apresenta também a professora Helena, desde sua ansiedade com o novo emprego até o término de sua aula. Para instituir os personagens recorrentes e seus respectivos nomes, a fábula se aproveita da lista de chamada: a cada nome mencionado, a criança levanta a mão e sua imagem é congelada por alguns segundos, junto à aparição de uma legenda com seu nome e figuras relacionadas à sua personalidade (*imagens simbólicas*: OROZ, 1992, p. 78). Unilaterais, os personagens já assumem previamente a função a que são destinados (*método de classificação*: MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 169-170), posicionando, dentre outros exemplos, Cirilo como vítima, Maria Joaquina como traidora, Daniel como justiceiro e Jaime como cômico – idiossincrasias que se sustentam ao longo da narrativa (*caráter*: ARISTÓTELES, 1999, p. 43).

O enredo é cronológico, o que facilita o acompanhamento, com a exposição inicial necessária (Cirilo é ingênuo; Maria Joaquina é mimada; Valéria é irritadiça; Carmen é humilde; Laura é comilona; etc.) e os conflitos primários (transtornos na aula de música; relação conturbada entre os irmãos Paulo e Marcelina; preconceito racial sofrido por Cirilo), zelando pela introdução da fábula (*seções da narrativa*: THOMPSON, 2003, p. 36). A fala da professora Helena ao final do capítulo, “*Alguma coisa me diz que ainda tem muito pela frente*”, dialoga com o formato em questão (*definição de telenovela*: LOPES, 2009, p. 22) e cria uma espécie de metalinguagem camuflada, isto é, a modalidade de expressão falando por si mesma (*reflexão de ordem linguística*: MARTINS, 2008, p. 30).

A temporalidade é transposta para o audiovisual, sendo iniciada com a arte gráfica de um sol aparecendo (linguagem visual) e demarcada, em alguns momentos, com o sino da escola (linguagem sonora). A ambientação, por sua vez, é valorizada com o uso de planos de conjunto e enquadramentos abertos em cada primeira cena de um novo cenário, construindo de fato um mundo fictício no imaginário do espectador. Essa estratégia torna visível, por meio da aproximação de ideias opostas (*antítese*: HENRIQUES, 2011, p. 148), o contraste estabelecido entre as classes sociais de Cirilo (em um quarto simplório, feliz por ter ganho um estojo) e Maria Joaquina (em um quarto luxuoso, escolhendo a tiara e a mochila que deseja utilizar).

Logo no primeiro capítulo, como pressuposto, é possível notar os quatro pilares da narrativa melodramática (FROME, 2014, p. 25), a saber: par romântico, conflito familiar, conflito social e tragédia. O principal casal infantil é apresentado ao som de *Fico assim sem você*, na voz de Roberta Tiepo, que embarga a cena e tende a fixar a atenção (*favorecimento do som*: ROCHA; ALVES; OLIVEIRA, 2016, p. 48). Ainda sobre a música, trata-se de um pop romântico de composição de Cacá Moraes e Abdullah e famosa na interpretação de Adriana Calcanhotto. Excerto da letra: “Eu não existo longe de você / e a solidão é meu pior castigo. Eu conto as horas pra poder te ver, / mas o relógio tá de mal comigo”.

Maria Joaquina está bastante iluminada mexendo no tablet e recebendo vento no cabelo, enquanto Cirilo se aproxima com expressão anestesiada com a ajuda técnica de um carrinho, numa espécie de *travelling* de personagem. Corações de arte gráfica brotam sobre a cabeça do garoto, que intercala com Maria Joaquina o foco da *mise-en-scène* (**Fig. 03**). Fica notável a demonstração do clássico *amor à primeira vista*, de forma redundante (*pleonasmos*: HENRIQUES, 2011, p. 50), juntando a balada romântica, as inserções gráficas e a encenação do personagem.

**Fig. 03:** Par romântico estabelecido no primeiro capítulo de *Carrossel*.



Fonte: Carrossel – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

O conflito familiar, que pode ser percebido em algumas cenas, ganha destaque na tristeza do olhar de Inês ao entregar uma maçã como lanche para sua filha. Nessa cena (**Fig. 04**), o enquadramento na casa simples, com um único cômodo unindo sala, quarto e cozinha, já climatiza o drama da pobreza; a maquiagem leve, o penteado caseiro e o figurino bastante simplório endossam essa situação. A pergunta de Carmen, “*O lanche está pronto?*”, é o gatilho para início de uma trilha musical comovente. A fala da mãe, “*É uma maçã, filha. É só o que a gente tem hoje*”, com voz embargada, desperta o sentimentalismo que encontra seu ápice na réplica da garota, “*Eu adoro maçã. Obrigada, mãe*”. A maçã torna-se um símbolo para a falta de dinheiro e, ao mesmo tempo, para a compreensão da criança diante da situação. Em outras palavras, a fruta, acompanhada do gesto, substitui por contiguidade uma explicação acerca do assunto (*metonímia*: HENRIQUES, 2011, p. 138).

**Fig. 04:** Conflito familiar estabelecido no primeiro capítulo de *Carrossel*.



Fonte: Carrossel – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

A cena analisada, embora ligada ao vínculo familiar (mãe lamentosa, filha compreensiva) beira o conflito social, que explode nas cenas finais, com o diálogo entre professora Helena e Cirilo (*relevância do diálogo*: ROCHA; ALVES; OLIVEIRA, 2016, p. 48). Após pisar sem querer no pé de Maria Joaquina, Cirilo é castigado pela professora Matilde e retirado da sala de música. Muito compreensiva, a professora Helena tenta entender o que ocorreu com o garoto, que assume o erro ao dizer que é “*um menino muito mau*”. Daniel aparece para contar a versão justa do fato e, ao se retirar, Cirilo confessa para a professora, em primeiríssimo plano (estratégia aparentemente usada para incentivar uma aproximação visual do espectador): “*Eu queria ser amigo da Maria Joaquina, mas ela mal me conhece e já não gosta de mim. Acho que é porque eu sou negro. Por que é que eu tive que nascer negro?*”. De uma forma didática, a professora explica, ainda em primeiríssimo plano, que não existem cores mais bonitas, que todas são lindas, ao que Cirilo replica: “*Mas acho que ela me trata mal*

*também por outra coisa, professora. É que o pai dela é médico, e o meu, apenas um carpinteiro*”. A professora se utiliza novamente do discurso didático para dizer que o pai dele tem uma profissão maravilhosa e faz uma analogia com o pai do Menino Jesus. Por fim, em um plano de conjunto, o abraço dos dois encerra a cena (**Fig. 05**).

**Fig. 05:** Conflito social estabelecido no primeiro capítulo de *Carrossel*.



Fonte: Carrossel – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Cirilo protagoniza também o primeiro indício de tragédia da narrativa. Ainda que os acidentes fatais e incidentes prejudiciais ocorram com mais intensidade ao longo da fábula (Helena batendo o carro; a mãe de Maria Joaquina precisando de doação de sangue; a avó de Davi à beira da morte; etc.), o capítulo de estreia traz uma amostragem de heroísmo ou tragédia desviada. Para aprontar com a professora Helena, recém-contratada pela escola, Paulo coloca uma vasilha com farinha de trigo estrategicamente sobre a porta do armário da sala de aula. Quando Helena vai abri-lo e corre o risco de se sujar, Cirilo sai de sua carteira, corre à sua frente e a empurra, fazendo com que o recipiente entorne o conteúdo sobre sua cabeça. A cena (**Fig. 06**) abusa dos planos detalhe (chave, mão no trinco, pote de farinha) e dos primeiros planos (reação da professora assustada e do garoto vitimado), acompanhados de trilha de suspense – capaz de intensificar a ação (*funcionalidade da música*: OROZ, 1992, p. 78) – e do riso coletivo, que involucra a cena de *bullying*.

**Fig. 06:** Tragédia estabelecida no primeiro capítulo de *Carrossel*.



Fonte: Carrossel – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Além dessas características relacionadas ao melodrama nascido no século XVIII, ainda é perceptível a presença de elementos que dialogam com a latinidade, mais especificamente (*retórica do melodrama latino-americano*: OROZ, 1992, p. 78). Essa sintaxe é composta por quatro dados narrativos: identidade nacional (há um mapa do Brasil na sala de aula, ao lado do quadro-negro); identidade institucional (Maisa Silva, apresentadora do SBT, assume a interpretação de Valéria; Eliana, também apresentadora da emissora, tem uma canção gravada exclusivamente para a novela); música narrativa (crianças cantando na aula de música; sons enfatizando ações como a queda da farinha de trigo e o pisão no pé de Maria Joaquina); imagens simbólicas (sobretudo as ilustrações junto ao nome de cada personagem no momento da chamada).

Para além desses elementos mencionados, ainda é visível a presença de outras virtudes melodramáticas (*recursos dramáticos*: LOPES, 2009, p. 16), tais como: a oposição entre homens e mulheres (as meninas voltam-se contra Kokimoto após o garoto ter rabiscado a boneca de Marcelina); o conflito de gerações (Matilde, adulta, não consegue encarar o agito das crianças); a distinção de classes sociais (Maria Joaquina, por ser a mais rica, despreza os demais); e a divisão entre o arcaico e o moderno (o conhecimento didático mais tradicionalista da diretora Olívia em confronto com a neopedagogia adotada pela professora Helena).

Dentre outras possibilidades de análise estilística (*qualidades expressivas*: BORDWELL, 2008, p. 59), é ainda possível mencionar a existência de: figurinos estereotipados (no mecânico Rafael, na diretora Olívia, na servente Graça, no zelador Firmino); uniforme característico de colégios fictícios (com direito a colete e gravata); acessórios chamativos (colar extravagante da professora Matilde, broche gigante na lapela da diretora Olívia, faixa de samurai na testa de Kokimoto, luvas de Maria Joaquina); maquiagens marcantes (leve na professora Helena, vibrante na diretora Olívia, evidente em Maria Joaquina, inexistente nas

demais mocinhas); linguagem obediente à norma culta da língua portuguesa, com clareza e cadência controlada (sem necessariamente ter a rigidez do nível formal); e aspectos de humor voltados às comédias circenses.

A respeito das dimensões culturais que a narrativa atinge, podemos apontar que as cenas iniciais da novela, contrastando os quartos de Cirilo e Maria Joaquina, que superficialmente indicariam a diferença do nível financeiro de cada personagem, podem ser compreendidas como um estímulo visual ao consumo. Essa percepção é explicada por Lucy Mary Soares Valentim, que analisa a narrativa pela ótica da Educação:

A produção estética utilizada nos móveis, cortinas, quadros da parede, lençóis das camas, brinquedos, fotografias, material escolar, revelam (sic) a riqueza com seus luxos ou a pobreza com sua simplicidade. Ao mesmo tempo em que enchem os olhos com a beleza, convidam crianças e adultos assistentes para adquirirem os produtos bonitos e novos e a rejeitarem os feios e usados (VALENTIM, 2016, p. 130).

Esse mesmo fenômeno pode ser observado na cena que se passa na casa de Carmen. Ainda que a ambientação não vise ao resgate de tendências do contemporâneo, como a localização em favelas ou comunidades modestas, tal como mostram as narrativas naturalistas, a *mise-en-scène* traz os objetos cenográficos como representação do desfavorecimento financeiro. Paredes sem reboque, torneira amarrada com sacola, geladeira antiga, além dos enfeites de expressão massiva (*kitsch*: MOLES, 1975, p. 10) – como capa de crochê para o fogão, adesivo na parede, ímã de geladeira, guardanapos pintados à mão, etc. – são alguns exemplos para simbolizar a simplicidade. Esses aspectos não condizem exclusivamente com a realidade brasileira, mas representam um estereótipo de pobreza no imaginário coletivo – outra característica tipicamente melodramática.

Seguindo esse raciocínio, é justificável a intenção do *merchandising* que percorre toda a novela, ainda que não demonstre sua força no capítulo de estreia. Como menciona Karen de Cássia Silva (2016, p. 150), ao discutir a relação entre Comunicação e Consumo, “em vez de produzir cenas com os produtos [...], opta-se estrategicamente por construir cenas a partir das marcas”. A pesquisadora expande seu olhar ao afirmar que, além dos produtos infantis, existe uma insistente inserção de marcas destinadas ao público adulto, uma vez que o *target* do produto engloba não somente os filhos como também os pais (*família como público*: ROCHA; ALVES; OLIVEIRA, 2016, p. 49).

Voltando à pesquisa de Valentim (2016, p. 134), a figura da professora Helena, sempre meiga e inabalável, é capaz de gerar uma espécie de fetiche: ao mesmo tempo em que os

professores da vida real não acreditam em um nível de perfeição docente como o de Helena, admitem querer ser como ela (a cultura ficcional invade a realidade cultural). A pesquisadora ainda informa (p. 136) que algumas pessoas entrevistadas para seu trabalho confessaram ter optado pelo magistério após assistirem à telenovela e se identificarem com o modo familiar e compreensivo com o qual Helena trata seus alunos. Por mais que seja inverossímil, existe certa paixão despertada no espectador que o faz aceitar essa invenção romântica como fenômeno convincente (*poética*: ARISTÓTELES, 1999, p. 73).

No primeiro contato de Cirilo com Maria Joaquina, é possível perceber que a maquiagem no rosto da garota enfatizou sua palidez, enquanto a iluminação destinada ao garoto favoreceu o tom de sua pele. Neste ponto, fica clara a distinção racial que posteriormente despertará o preconceito na garota (que o esnoba e o maltrata todas as vezes em que ele se aproxima para tentar um diálogo) e causará baixa autoestima no garoto (que confessa à professora Helena sentir-se malquerido pelo fato de ser negro). O preconceito racial, temática já abordada em outras telenovelas nacionais, é um assunto social de nível universal, bastante presente em narrativas melodramáticas, porém pouco discutido quando o assunto é o gênero infantojuvenil. Ao trazer tais cenas para o jovem telespectador, acredita-se na concretização de uma provocativa, um despertar de realidade registrado de forma paradidática, para o que ocorre no contexto sociocultural do mundo.

Ao analisar a situação do negro em *Carrossel*, Luzineide Pedrosa de Souza compara o coitadismo aplicado a Cirilo com situações semelhantes apresentadas em *Sinhazinha Flô*, novela de Lafayette Galvão para a Rede Globo, exibida de 1977 a 1978.

O menino é apaixonado pela menina mais rica da turma, Maria Joaquina [...]. A menina humilha Cirilo o tempo todo, dizendo a ele para se colocar no seu lugar, deixando claro que negros e brancos não podem ocupar os mesmos espaços. Além de Maria Joaquina, há os meninos “maus” da turma, Paulo e Kokimoto [...], que abusam da bondade e inocência de Cirilo, fazendo com que passe por várias humilhações. Eles se referem a Cirilo como “Chocolate”. [...] Mais uma vez o negro é visto como o coitadinho sendo humilhado pelo branco. O pai da menina é o branco bondoso que se compadece do sofrimento do pobre negro. Percebe-se que no cenário das telenovelas infantis se repetem as cenas que estão na mídia desde o surgimento das primeiras telenovelas (SOUZA, 2015, p. 11).

A outra cena correlata, da conversa com a professora, visa à atenuação dessa (auto)rejeição. De forma bastante direta, Cirilo aponta os problemas pelos quais está passando e Helena demonstra, com o máximo de pedagogia possível, que eles inexistem. Esse diálogo, cuja fruição leva à máxima cristã de amar ao próximo como a si mesmo – vale ressaltar que o

Cristianismo no Brasil já atingiu a marca de 175 milhões de seguidores, o que corresponde a mais de 87% da população<sup>43</sup> –, concretiza um apelo emocional sobre a situação. Nota-se que não há referências a leis, campanhas sociais, direcionamentos culturais ou exemplos da realidade (características fundamentais do naturalismo), mas intervenção dos sentimentos de amor e respeito e da religião – aspectos também comuns ao melodrama em sua raiz.

O *bullying* é outra preocupação social presente na narrativa, mas tratada de forma que estimula a diversão e o revidar. Paulo tira a boneca das mãos da irmã para estragá-la, coloca um sapo no piano da professora Matilde e farinha no armário da professora Helena, mas não há qualquer tipo de punição; Kokimoto rabisca a boneca de Marcelina e são as próprias meninas que se unem para riscá-lo com canetinha hidrocor; Cirilo é humilhado diante de toda a turma, mas a situação serve apenas para provocar o riso nos colegas.

Vê-se que a maior problemática da existência dessas cenas é que esses momentos de violência, sobretudo emocional, raramente geram discussões posteriores, desdobramentos que instiguem a perscrutação da receptividade; mas findam em si mesmos. Em outras palavras, a lei da causa e efeito é trabalhada de forma superficial, enfeitada, despreocupada com a repercussão, sem vistas às consequências reais que as ações possam provocar. Com isso, entende-se que, embora as telenovelas, num geral, contenham os mesmos princípios narrativos (*estilos narrativos*: PUCCI JR., 2014, p. 680), a maneira como eles são trabalhados interfere na sua recepção – eis um motivo pelo qual “estudos de recepção precisam se associar às análises dos estilos audiovisuais” (PUCCI JR., 2014, p. 696).

Na tentativa de considerar a novela como um todo, para demonstrar que a estrutura melodramática não se sustenta apenas no primeiro capítulo, selecionamos mais algumas cenas que dialogam com as diretrizes até aqui estudadas. O recorte eleito para se analisar o estabelecimento do par romântico, agora com o casal adulto, é o primeiro encontro de Renê e Helena, ocorrido no baile de máscaras promovido pela família da Maria Joaquina. Helena está na sala principal e, de repente, Renê entra por uma das portas. O ponto de início da cena é marcado pela música *Quem quiser sonhar*, na voz de Maria Diniz, com registro em plano médio na figura de Helena mascarada (**Fig. 07**).

O olhar da personagem leva a outro plano: Renê, também fantasiado e enquadrado em plano médio, chegando à sala e com o olhar direcionado à Helena (**Fig. 08**). Conforme vão se aproximando, o efeito de *zoom in* reduz o enquadramento aos rostos dos personagens. Quando

---

<sup>43</sup> De acordo com a matéria **Como está o Cristianismo no Brasil?**, publicada no Blasting News, em 16 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/zJLWbl>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ambos estão próximos, um defronte ao outro, colados à mesa de doces, uma terceira câmera se encarrega de registrá-los em plano de conjunto, deixando à mostra os demais convidados da festa, mais distantes (**Fig. 09**).

Após alguns segundos de estatismo do casal, contrastando com os movimentos dos demais personagens mais atrás, as câmeras voltam a enquadrar, em planos opostos, os rostos conectados pelo olhar. Em dez planos intercalados (ou cinco para evidenciar cada um), o primeiro plano transforma-se em primeiríssimo plano até se finalizar em plano detalhe nos olhos de cada (**Fig. 10**).

**Fig. 07:** Professora Helena no baile de máscaras de Maria Joaquina.



Fonte: Carrossel – capítulo 138. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 08:** Professor Renê no baile de máscaras de Maria Joaquina.



Fonte: Carrossel – capítulo 138. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 09:** Helena e Renê se encontram no baile de máscaras de Maria Joaquina.



Fonte: Carrossel – capítulo 138. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 10:** Plano detalhe nos olhos de Helena.



Fonte: Carrossel – capítulo 138. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Fica estabelecido, portanto, sem a necessidade de diálogos ou falas isoladas, nem elementos sonoros complementares à trilha musical, a constituição desse par romântico. Fica também claro o obstáculo a ser enfrentado quando a cena seguinte revela, em corte seco, Suzana limpando seu vestido; sugere-se que ela será a terceira ponta do triângulo amoroso que se desenvolverá até o último capítulo.

A respeito dos conflitos familiares, a cena escolhida para análise é a do momento em que Frederico conta à sua filha, Carmem, que está se separando de Inês. O encontro ocorre na lanchonete, após o pai buscar a menina na escola e levá-la para comer um sanduíche. Assume-se o posicionamento de que espectador já está ciente do conteúdo da conversa, visto que vem sendo preparado desde os capítulos anteriores da novela.

Carmem, enquadrada em primeiro plano junto a um misto quente e um suco de laranja, fala: *“Isso é um problema de gente grande. Eu ainda não sou uma mocinha e nem quero ser. Eu não quero crescer com você separado da mamãe”* (Fig. 11). A garota termina a fala

cabisbaixa, com os lábios voltados para baixo e os dedos trançados. Parece admitir não ter coragem de encarar o próprio pai.

Frederico segura as mãos de Carmem, que param de se mexer, e o olhar da menina se dirige a ele no momento em que, já com o foco, tenta amenizar a situação: “*Carmem, minha filha, o que eu posso te dizer?*” (Fig. 12). A garota é direta e objetiva ao responder, com o foco da imagem em si: “*Que vocês vão voltar a ficar juntos*”. O homem desencosta sua mão das mãos da filha, retoma o foco imagético e, após um suspiro, expressa o lamento: “*Infelizmente, a gente nem sempre tem o que quer*”.

Levantando com dois dedos o rosto de Carmem, novamente cabisbaixa, Frederico pede: “*Eu queria ver seu sorriso, mas só estou vendo suas lágrimas*”. Com fala chorosa, Carmem responde, forçando um sorriso molhado pelas lágrimas que escorrem pela face: “*Eu te amo, papai. Eu sorrio pra você, se você quiser. Tá vendo?*” (Fig. 13). A música instrumental, até então, praticamente inaudível, ocupa o espaço e enfatiza a dramaticidade do momento. Segurando novamente as mãos de Carmen e também com os olhos marejados, Frederico olha com compaixão para a filha.

Carmem é registrada em primeiríssimo plano (Fig. 14) e a cena se encerra, reforçando o uso desse enquadramento para intensificar o sujeito das ações e o enfoque que o eixo narrativo precisa dar à personagem. Fica notória também a utilização da imagem como acompanhamento da fala, registrando sempre quem está com a vez no diálogo, e da trilha musical como invólucro das ações. A conversa, por sua vez, é direta e sem rodeios, em linguagem clara, ainda que se tratando de uma troca de informações tristes.

**Fig. 11:** Carmen cabisbaixa, dividindo o plano com o suco de laranja e o sanduíche.



Fonte: Carrossel – capítulo 6. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 12:** Frederico tenta consolar a filha.



Fonte: Carrossel – capítulo 6. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 13:** Carmen força um sorriso para o pai.



Fonte: Carrossel – capítulo 6. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 14:** Carmen é registrada em primeiríssimo plano.



Fonte: Carrossel – capítulo 6. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

A tristeza também é a emoção mais evidente nos momentos de circunstâncias trágicas. Sobre essa característica, uma das cenas mais trágicas da telenovela foi a do acidente automotivo envolvendo a professora Helena, em seu dia de retorno à escola. Com foco inicial no carro vermelho de Helena rodando pela rua e se aproximando da câmera (**Fig. 15**), tem-se

um corte para o rosto da mulher, que expressa, sorridente: “*Hoje vai ser um dia muito especial*” (Fig. 16). A música que envolve esse momento é tranquila, como uma valsa vienense.

Em outro plano, surge em cena um carro acelerado, preto, cantando pneus e andando em ziguezague (Fig. 17). Troca-se a música por uma melodia mais sombria, como uma pauta sonora de filmes de ação e aventura. As músicas, no entanto, parecem se fundir num instrumental romântico-trágico quando o carro de Helena é apresentado outra vez, intercalando com a exibição do outro carro.

Quando Helena observa o carro vindo, pela lateral, em sua direção a seu veículo, tira as mãos do volante e as leva ao rosto (Fig. 18). Os carros se chocam, com um som intenso de batida, e Helena, mesmo usando cinto de segurança, cai desacordada no banco do passageiro, que está forrado pelas rosas brancas que ganhou antes de sair de casa (Fig. 19). A cena se encerra sem diálogos, com a cabeça da mulher sendo amortecida pelas flores, que cumprem, com a função de travesseiro.

**Fig. 15:** Carro de Helena.



Fonte: Carrossel – capítulo 73. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 16:** Helena demonstra tranquilidade ao dirigir.



Fonte: Carrossel – capítulo 73. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 17:** Carro conduzido por motoristas embriagados.



Fonte: Carrossel – capítulo 73. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 18:** Helena tenta proteger-se com os braços.



Fonte: Carrossel – capítulo 73. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 19:** Helena cai desacordada no banco do passageiro.



Fonte: Carrossel – capítulo 73. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Não há diálogos na cena, excetuando a fala inicial de Helena, que mais parece ironia se considerado o porvir. Podemos, neste ponto, sugerir até um estudo semântico em relação às cores do carro: vermelho, de Helena, relacionado ao sangue; preto, do motorista embriagado, associado ao luto.

Ainda nas características gerais do melodrama, as preocupações sociais e de classe estão presentes no eixo narrativo principal da telenovela, tendo destaque o relacionamento entre Maria Joaquina e Cirilo. Ele, filho de carpinteiro e costureira, tenta, de todas as formas estreitar o relacionamento de amizade com ela; já ela, filha de médico e *socialite*, recusa de todas as formas a aproximação do garoto, levando em consideração sua classe social e o fato de ele ser afrodescendente.

A alusão ao preconceito fica exacerbadamente evidente no capítulo em que Maria Joaquina convida os colegas para sua festa de aniversário e exclui Cirilo de sua lista de convidados. Na cena em que Daniel vai conversar com ela, sugerindo que ela dê um convite a Cirilo, ela é objetiva ao dizer, em primeiro plano, sem desgrudar o olhar do tablet que segura nas mãos: *“Uma pessoa como o Cirilo nunca vai entrar na minha festa”* (Fig. 20).

O primeiro plano vai para Daniel, que faz uma expressão indagativa e questiona: *“O que você quer dizer com ‘uma pessoa como o Cirilo’?”* (Fig. 21), desejando supostamente que a garota reflita acerca da perífrase utilizada para denominar o colega afrodescendente. Ela ignora, mantendo o olhar na tela do equipamento eletrônico, e Daniel prossegue: *“Você tem que parar de tratar o Cirilo assim. Ele é gente como a gente”*. Ainda sem modificar o direcionamento do olhar, ela rebate: *“Não, ele é bem diferente da gente, Daniel”*.

**Fig. 20:** Maria Joaquina demonstra frieza ao falar sobre Cirilo.



Fonte: Carrossel – capítulo 8. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 21:** Daniel mostra-se incrédulo durante a conversa com Maria Joaquina.



Fonte: Carrossel – capítulo 8. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Daniel faz suas considerações, invocando a divindade em sua fala: *“Maria Joaquina, acho que você não tem coração. Deus tá vendo, viu?”*. Em sua defesa, Maria Joaquina finalmente levanta o olhar e encara Daniel com a afirmativa: *“Ah, por favor, né, Daniel... Deus tem coisa mais importante para fazer do que se importar com o Cirilo”*. O olhar da garota volta ao tablet, e o garoto balança a cabeça em incredibilidade.

A cena é muito mais focada na oralidade do que nos elementos visuais e musicais. Percebe-se, pelo diálogo, uma presença constante de apóstrofes, determinando o interlocutor a quem se dirige (no caso, “Maria Joaquina” nas falas de Daniel e “Daniel” nas falas de Maria Joaquina). Essa é uma estratégia de repetição usada para endossar o personagem ao nome que ele carrega, norteando o público a respeito de quem é quem na cena, especialmente aos espectadores que não acompanham a novela desde o início.

Outro fenômeno constante no diálogo são os símbolos. O “coração” é utilizado no lugar dos sentimentos de compaixão e fraternidade que uma pessoa costuma desenvolver por outra – o que não é o caso de Maria Joaquina com relação a Cirilo. Já “Deus” é usado de forma apelativa, como se para convencer a interlocutora de que há uma força sobre-humana que pode castigá-la por pensar de forma tão limitada e preconceituosa.

A presença constante dos primeiros planos, sempre diante de quem está com a vez no discurso, serve, mais uma vez, para reforçar o diálogo e caracterizar o enunciador; trata-se do uso da imagem para referendar o sonoro – aqui, manifestado pela modalidade verbal. Esse recurso estilístico também reforça o posicionamento de Maria Joaquina que, sem se intimidar, expressa sua ojeriza a pessoas negras e de classe baixa.

Dentro da sintaxe do melodrama latino-americano, é comum que se encontrem alegorias nacionais, isto é, elementos que venham firmar a nacionalidade da obra. Em *Carrossel*, vê-se como um desses momentos a aula em que a professora Helena decide pedir uma produção de

texto para os alunos. A única exigência é que seja feito um poema com rimas. Paulo, então, diz que não fará a atividade porque rimar é “*para menininhas*”. Perante a afirmativa do garoto, Helena pergunta para que time ele torce e, sem pestanejar, ele menciona o nome do Palmeiras.

Inusitadamente, a professora profere o primeiro trecho do hino do respectivo time: “*Quando surge o alviverde imponente / No gramado em que a luta o aguarda / Sabe bem o que vem pela frente / Que a dureza do prélio não tarda!*” (Fig. 22). Ela mostra como as palavras “imponente” e “frente”, bem como “aguarda” e “tarda”, produzem rimas e brinca dizendo que, então, o time para qual o garoto torce é “*de menininhas*”. Cria-se, então, uma discussão na sala quando Jaime diz que o “*Timão*” é que é “*time de macho*” e cada um passa a defender sua torcida.

**Fig. 22:** Professora Helena canta o hino do Palmeiras em aula sobre rimas.



Fonte: Carrossel – capítulo 8. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Piadas à parte, o que se percebe é a influência do futebol – talvez a maior alegoria nacional ou, pelo menos, a primeira referência que se tem ao pensar em termos de Brasil – no desenvolvimento da telenovela. Ao mencionar os nomes “Palmeiras” e “Timão” (Corinthians), além da presença da primeira estrofe de um hino, a narrativa constrói um sentido simbólico e se assume brasileira.

Além das alusões ao país de produção, outra característica que se encontra em certos momentos da telenovela é o reforço da identidade, seja por meio dos cenários, seja pela visão *kitsch* que se consolida. Como maior exemplo, está o momento em que Paulo, ao brincar com Marcelina e Kokimoto, veste-se de Silvio Santos e cria, em seu mundo imaginário, um programa de auditório (Fig. 23).

**Fig. 23:** Paulo imita Silvio Santos em brincadeira com Kokimoto e Marcelina.



Fonte: Carrossel – capítulo 142. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

Os programas de auditório são uma marca consagrada do SBT, emissora responsável pela criação de *Carrossel*, e Silvio Santos, como dono da estação de TV, é o maior ícone que se pode utilizar para fazer menção ao canal. Em outras palavras, ainda que seja de força extremamente lúdica, beirando o jocoso, a assinatura do SBT está impressa na telenovela, muito além da forma de elaborar a narrativa; está também no conteúdo.

A música também tem uma função indispensável para a produção melodramática, sobretudo quando age de forma comandar a narração. Uma cena marcante em *Carrossel* é o momento em que Cirilo, demonstrando simpatia, quebra seu cofrinho para comprar um buquê a Maria Joaquina. Quando a garota vê que ele conseguiu entrar em sua festa, sente tanta raiva (**Fig. 24**) que amassa as flores na frente do garoto (**Fig. 25**), que mantém o olhar tristonho (**Fig. 26**) e vê a menina jogar no chão o que sobrou do presente (**Fig. 27**). A cena se encerra com um primeiríssimo plano em Cirilo, após Maria Joaquina rejeitá-lo (**Fig. 28**).

**Fig. 24:** Maria Joaquina vê Cirilo em sua festa.



Fonte: Carrossel – capítulo 9. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 25:** Maria Joaquina amassa as flores de Cirilo.



Fonte: Carrossel – capítulo 9. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 26:** Cirilo observa Maria Joaquina destruir o presente.



Fonte: Carrossel – capítulo 9. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 27:** As flores são arremessadas no chão.



Fonte: Carrossel – capítulo 9. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

**Fig. 28:** Cirilo é rejeitado por Maria Joaquina.



Fonte: Carrossel – capítulo 9. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

A cena tem o objetivo de ser comovente, tanto que é a mais utilizada em outros programas da emissora e em clipes promocionais como forma de remeter à telenovela, especialmente na relação do casal infantil protagonista. Contudo, o que mais chama a atenção é o fato de não existir suspeita de diálogo: a passagem é firmada nos elementos visuais e recorre à trilha musical para atingir a sensibilidade do espectador. O instrumental *Clouds*, de Ron Alan Cohen, é praticamente o foco narrativo desse excerto e acentua a natureza melodramática da narrativa.

Outra estratégia do melodrama latino-americano que costuma dispensar o diálogo sem destinar necessariamente a função de narrador à música, é atribuir sentido aos símbolos imagéticos, cabendo a eles a missão de predizer o futuro. Um exemplo disso é a cena em que Helena é caracterizada como paixão de Renê. A luz, o brilho e o vento no cabelo fazem da personagem – que se aproxima num *travelling* para frente (**Fig. 29**) – o alvo de conquista, além de anunciar ao espectador, sem a menor intenção de suspense, que eles ficarão juntos no final.

**Fig. 29:** O rosto de Helena é visto pela primeira vez por Renê.



Fonte: Carrossel – capítulo 139. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2012, telev., son., color.

## 2.2 Narrativa e estilo em *Chiquititas*

Com autoria assinada por Íris Abravanel e direção geral de Reynaldo Boury, *Chiquititas* foi exibida ao longo de 25 meses, de julho de 2013 a agosto de 2015, contando com 545 capítulos, posteriormente reprisados (a partir de setembro de 2016). Trata-se uma releitura de *Chiquititas* (Brasil: SBT, 1997), que por sua vez foi uma versão de *Chiquititas* (Argentina: Telefé, 1995-2001; 2006), que – entre hiatos e divergências contratuais – contou, ao todo, com 1412 capítulos.

A narrativa registra o cotidiano das crianças e adolescentes abrigados no orfanato Raio de Luz, de posse do Dr. Almeida Campos. A intenção do empresário, ao criar o abrigo, era dar moradia à neta, Milena (Mili), nascida do relacionamento de sua filha, Gabriela, com o filho da empregada, Miguel. Apenas José Ricardo, conhecido como Dr. Almeida Campos, sabe da existência de Mili, uma vez que a família acredita que a criança morreu na hora do parto.

### 2.2.1 Síntese do enredo

Mili, Bia, Cris, Vivi, Tati e Ana vivem no orfanato Raio de Luz, administrado por Sofia, que conta com a ajuda da zeladora Ernestina e do cozinheiro Chico. A mantenedora dessa instituição é o Grupo Almeida Campos, presidido por José Ricardo, que se destaca no ramo de confeitaria, sobretudo com a empresa Café Boutique. Nessa empresa, trabalham Júnior, filho de José Ricardo, e Carol, estudante de psicologia, dentre tantos outros funcionários. Embora seja uma empresa de família, o rendimento desperta a inveja de Carmen, irmã de José Ricardo, que busca enriquecer e se ascender socialmente.

A grande problemática da narrativa surge quando Sofia e José Ricardo conversam sobre as verdadeiras intenções do empresário na criação do orfanato: abrigar sua neta, Milena (Mili). A criança é fruto de um relacionamento entre Gabriela, filha de José Ricardo, e Miguel, filho de Valentina, a empregada da mansão dos Almeida Campos. Por não aceitar a união do casal, o magnata sequestra Miguel, simula a morte do bebê e traumatiza Gabriela – que, posteriormente, passa a ser drogada por Carmen e se torna catatônica. Com a morte de Sofia e de José Ricardo e com Carmen falsificando o testamento, o segredo se perde, sendo necessário muito empenho de Mili, na busca pelos pais, para descobrir toda a verdade.

Por apresentar dezenas de personagens e, conseqüentemente, diversas linhas de enredo, *Chiquititas* acaba abrigando clímaxes variados, destacando-se, porém, a revelação de Marian (utilizada por Carmen como bode expiatório) de que Mili é a verdadeira filha de Gabriela, bem

como a prisão de Carmen pelos inúmeros crimes cometidos. Também são pontos fortes da narrativa: a reunião dos demais órfãos às suas respectivas famílias – biológicas ou adotivas – e o nascimento do filho de Carol e Júnior.

Para concluir a história, Carmen foge da cadeia e, juntamente de Cinthia, resolvem roubar o dinheiro escondido no porão do orfanato; no entanto, as duas acabam presas e, com as explosões das dinamites que usam para tentar escapar, o teto desaba sobre ambas. No núcleo principal, Mili passa a viver com os pais e ganha uma festa de debutante, onde pode dançar com Mosca, seu namorado e “príncipe encantado”, de acordo com seu diário.

## 2.2.2 Anotações prévias sobre a telenovela

O título da novela é um espanholismo, mantido da obra que inspirou as versões brasileiras. De acordo com Beatriz Bourroul (2017, [e]), “a princípio, a versão brasileira se chamaria *Pequeninas*, mas Silvio Santos decidiu manter o nome internacional”, pois “ele achou que a sonoridade traria mais apelo e curiosidade”. Esse título, por sua vez, faz referência às meninas que vivem no orfanato Raio de Luz e, de certa forma, dialoga com o que propõe Thomasseau (2012, p. 32), quando diz que os melodramas trazem em seu título o nome do herói – aqui, no caso, do coletivo heroico: as meninas que serão protagonistas da narrativa.

Em *Chiquititas*, percebem-se também as três motivações do melodrama (THOMASSEAU, 2012, p. 34-38): Providência (todas as maldades feitas pelos vilões são superadas em algum momento, fortalecendo a máxima de que o bem sempre vence), Reconhecimento (mesmo quando algum personagem secundário adquire certo destaque na trama, ele retorna ao posto de coadjuvante quando sua linha de enredo é resolvida) e Amor (envolvendo desde o sentimento puro entre uma menina e sua boneca até casos mais complexos, como relacionamento por interesse, abuso conjugal e traição).

Quanto aos personagens, eles parecem seguir as respectivas classificações (cf. MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 169-170): na categoria de vítima, encontram-se: Mili, Sofia, Gabriela, Júnior, Carol, Cris, Vivi, Tati, Ana, Pata, Binho, Maria, Duda, Dani, Letícia, Beto, Clarita, Francis, Tobias, entre outros; na categoria de traidor, destacam-se: Carmen, Marian, José Ricardo, Matilde, Cinthia, Armando, Andréa, Fernando, Janu, Janjão, Paçoca, entre outros; na de justiceiro, estão: Mosca, Miguel, Bia, Valentina, Simão, Neco, entre outros; e na de bobo, predominam: Chico, Ernestina, Eduarda, Shirley, Rafa, Thiago, entre outros.

### 2.2.3 Observando os recursos melodramáticos

*Chiquititas*, muito embora tenha as crianças e pré-adolescentes como público-alvo, acaba conquistando adultos, assim como *Carrossel*, por meio de *coviewing* – isto é, os pais assistem à telenovela junto dos filhos – e do despertar da memória afetiva, tendo como base o fato de que os jovens que acompanharam a versão de 1997 são os adultos que tendem a ver o *remake* de 2013. Para Giuliano Jorge Magalhães da Silva (2014, p. 790), o imaginário pré-construído e a remissão ao estado de infância são fatores que contribuíram para a fidelização dos telespectadores da novela.

Ainda que tal fenômeno tenda a resgatar um público do passado e formar um público do presente, é inegável que a presença do melodrama seja um facilitador para a consolidação da audiência. Nesse aspecto, assim como feito com *Carrossel*, analisamos algumas cenas – pontos nodais da narrativa – que compõem a estrutura melodramática de forma geral (par romântico, conflito familiar, tragédia e conflito social) e, mais especificamente, da sintaxe latino-americana (alegorias nacionais, identidade de produção, funcionalidade da música e imagens simbólicas).

A cena que estabelece o par romântico principal se inicia com chuva do lado de fora – prenúncio de evento ruim, segundo as diretrizes do melodrama (OROZ, 1992, p. 78). Carol, então funcionária do Café Boutique, carrega uma caixa com bolinhos e segue ao elevador. Assim que a porta do elevador se abre, Carol vê Júnior, mas não tem conhecimento de que ele é filho do presidente do Grupo Almeida Campos, para o qual trabalha. Uma trilha instrumental acompanha o processo.

Carol é projetada atrás de Júnior no elevador – mais baixa, mais distante, como se estabelecesse uma relação entre chefe e funcionária (**Fig. 30**) – e sua primeira fala é um lamento: “*Ih, tá subindo*”. Júnior se mantém calado. Uma câmera baixa exhibe o casal perfilado e registra a insistência da moça em estabelecer um diálogo. Quando Carol comenta: “*Que chuva, hein?!*”, a fala é um gancho (*dialogue hook*: Thompson, 2003, p. 24) para o evento a seguir: o elevador freia bruscamente e tem suas luzes apagadas (**Fig. 31**).

Júnior entra em desespero, e Carol tenta acalmá-lo, dizendo que o prédio deve ter gerador. A cena é interrompida e exhibe as meninas no orfanato fazendo um bolo. Quando a cena do elevador é retomada, Júnior se encontra reclamando da demora no resgate, dizendo que coisas assim só ocorrem no Brasil. Carol contra-argumenta, dizendo que elevadores param em qualquer lugar do mundo. Nova interrupção de cena.

Na cena intercalada, as meninas do orfanato queimam o bolo, mas tentam disfarçar colocando chantili por cima. Ao retornar à cena do elevador, Carol está sentada no chão, comendo os bolinhos que estava carregando, objeto cênico que virá a servir na construção de uma ideia posterior (*motif*: Thompson, 2003, p. 25). Júnior continua reclamando e senta-se ao lado de Carol, que lhe oferece um bolinho, dizendo que vai pagar depois. Júnior recusa, mas mostra-se curioso com a atitude da funcionária, talvez percebendo que ela não faz ideia de quem ele é. Entra como trilha sonora a versão instrumental de *Grava essa ideia*, que se tornará o *leitmotiv*, ou seja, a música emblemática do casal durante toda a novela.

De repente, o elevador volta a funcionar e, com o solavanco, Carol derruba os bolinhos em Júnior, sujando sua roupa (**Fig. 32**). Ela oferece ajuda para limpar, mas ele nega, saindo do elevador. Carol diz para si mesma: “*Chato, hein?*”. Mais adiante, quando Carol está fechando o caixa do Café Boutique e percebe que precisa pagar os doces do elevador, tem uma lembrança e parte da cena do elevador é revivida em *flashback*. Ela imita Júnior resmungando e ri sozinha, numa clara evidência de que construiu algum laço afetivo durante a situação (**Fig. 33**), ainda que persista na negação.

**Fig. 30:** Carol entra no elevador e conhece Júnior.



Fonte: Chiquititas – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 31:** Júnior e Carol ficam presos no elevador sem energia.



Fonte: Chiquititas – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 32:** Carol derruba bolinhos em Júnior.



Fonte: Chiquititas – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 33:** Carol relembra, apaixonada, a confusão com Júnior.



Fonte: Chiquititas – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

A cena, num geral, mostra que o estabelecimento do par romântico pode ocorrer não apenas com situações de amor à primeira vista, mas também por meio do embate, das diferenças de personalidade, da antítese como recurso estilístico principal. Ainda assim, o acompanhamento pela trilha sonora, pela encenação e pelas cenas subsequentes deixam clara a

intenção da narrativa melodramática de revelar ao espectador quem é o casal para o qual se deve torcer para ficar junto.

*Chiquititas* traz uma narrativa bastante pautada em conflitos familiares, em amplo sentido: as divergências entre os moradores do orfanato (a instauração de uma família não tradicional), bem como o fato de eles estarem em um orfanato (a ausência da família biológica) são vieses que alicerçam as linhas de enredo. No entanto, como é próprio da raiz melodramática, parentes consanguíneos mostram-se em constante embate, como é o caso da família Almeida Campos.

Após a morte do Doutor Almeida Campos, patriarca da família, Carmen, irmã do magnata, torna-se a detentora majoritária dos bens patrimoniais, devido à falsificação de documentos. Movida pela ambição financeira e de poderio, a mulher é capaz de enganar seus sobrinhos, envenenando, internando e confundindo Gabriela, além de sustentar um arsenal de mentiras para Júnior.

Numa das cenas de maior enfrentamento, Júnior descobre que a irmã – após ser medicada propositalmente para perder a capacidade cognitiva, após ser internada em uma clínica psiquiátrica e após ter sido manipulada para acreditar se tratar de outra pessoa – foi enviada a Paris, para que não pudesse ter contato com os seus entes. Com a recuperação da memória e a volta de Gabriela ao Brasil, ambos pressionam Carmen para confessar suas maldades, mas a vilã insiste em afirmar que fez tudo com boas intenções e por ter sido ameaçada.

A cena é costurada com primeiros planos, com registro frontal dos personagens que estão com a fala e/ou são mencionados (**Fig. 34, 35 e 36**). A encenação é realizada com posicionamento físico dos personagens (Júnior à esquerda, Carmen à direita, Gabriela ao centro – sem que exista um plano de conjunto para mostrar essa colocação), olhos lacrimejantes e falas dirigidas em tom alto e agressivo, tanto as de acusação como as de defesa.

**Fig. 34:** Júnior, em primeiro plano.



Fonte: Chiquititas – capítulo 348. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 35:** Gabriela, em primeiríssimo plano.



Fonte: Chiquititas – capítulo 348. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 36:** Carmen, em primeiro plano.



Fonte: Chiquititas – capítulo 348. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

Expressões como *“Foi pelo bem dela”* e *“Eu juro que é verdade”* chocam-se com reações como *“Tudo que sai dessa boca parece lixo”* e *“Você parece louca”* (antítese: Henriques, 2011, p. 148). A trilha sonora instrumental que preenche toda a cena ajuda a construir a atmosfera de tensão e discórdia entre os três. Os gestos limitados, a maquiagem bem

delineada e o figurino elegante, por sua vez, apontam que, mesmo em situações desconfortáveis, a classe alta não perde o garbo e o glamour – outra observação presente no melodrama.

Uma das maiores tragédias de *Chiquititas*, que traz consigo o clímax de uma das linhas de enredo, cruza dois acontecimentos até então desenvolvidos de forma independente: o primeiro é o sequestro de Bia, pelo próprio tio, e a tentativa de Geraldo de resgatar a filha, numa perseguição de carro; o segundo é o atropelamento de Diego, que culminará na descoberta de que o menino não é filho de Júnior.

O conflito se inicia quando Edgar aparece na saída da escola para levar Bia para um passeio. A sobrinha acha estranho, mas confia no tio. Pouco tempo depois, Geraldo aparece para buscar a filha e é atualizado pelas amigas da garota. Em outra cena, Edgar está em alta velocidade no carro com Bia, que pergunta para onde estão indo, e o tio informa que vão para bem longe, porque quer que a garota se afaste de Geraldo (tendo em vista que o homem abandonou a mãe de Bia, irmã de Edgar, grávida e só retornou anos depois, para exigir a guarda da adolescente).

O carro de Geraldo aparece também em alta velocidade (**Fig. 37**), e Edgar acelera ainda mais ao perceber que está sendo seguido. A garota pede que o tio pare o carro, diz que quer descer e defende o pai, alegando que ele não sabia que a mãe estava grávida quando eles terminaram o namoro. Edgar ressalta que essa desculpa de Geraldo não é verídica e não atende aos pedidos de Bia.

Em paralelo a isso, Júnior chega no Café Boutique com Diego, até então seu filho, e pede para que o menino aguarde na recepção, enquanto vai conversar com os funcionários. Clarita, a garçonete, conta que viu Andréa, mãe de Diego, conversando em inglês com um homem que ficava perguntando sobre o filho dele. Júnior apresenta uma expressão confusa e a cena dos carros em alta velocidade é retomada.

Em nova cena, Diego vê, pela janela do Café Boutique, que Andréa está do outro lado da rua (**Fig. 38**). Grita pela mãe algumas vezes, mas ela não ouve. Novamente, a cena dos carros é retomada, com Geraldo gritando para que Edgar pare o veículo, pois Bia não tem nada a ver com as brigas dos dois, mas é ignorado. De volta à fachada do Café Boutique, Andréa está tão conturbada se despedindo do homem estrangeiro que não ouve quando Diego grita por ela da porta do estabelecimento.

Os carros estão próximos da faixa de pedestre quando ficam lado a lado, ainda em alta velocidade. Um caminhão invade a frente de Edgar (**Fig. 39**) e, para evitar a batida, ele joga o carro para cima da calçada onde está Diego. Com o barulho do acidente, Andréa se vira e vê

que o filho foi envolvido inocentemente. A cena é interrompida com o grito desesperado da mulher (**Fig. 40**).

Quando a sequência é retomada, ambos os carros estão destruídos e o menino aparece estirado na calçada (**Fig. 41**). Andréa atravessa a rua aos berros, implorando pela vida do filho, e Bia corre até o carro do pai, em gritos de desespero. Edgar desce do carro atrás de Bia e se torna alvo dos olhares dos pedestres e dos funcionários que saem do Café Boutique. Júnior percebe que é Diego que está acidentado e entra em desespero. Bia liga para a ambulância, dizendo que houve um acidente grave, e Edgar foge.

**Fig. 37:** o carro se Geraldo se aproxima do carro de Edgar.



Fonte: Chiquititas – capítulo 528. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 38:** Andréa é vista conversando com um homem em frente ao Café Boutique.



Fonte: Chiquititas – capítulo 528. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 39:** Um caminhão entra na frente de Edgar.



Fonte: Chiquititas – capítulo 528. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 40:** Andréa se desespera ao ver o filho atropelado.



Fonte: Chiquititas – capítulo 528. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 41:** Andréa faz companhia ao filho, enquanto aguarda a ambulância.



Fonte: Chiquititas – capítulo 528. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Posteriormente, no hospital, Diego precisará de transfusão de sangue. Quando o médico questiona o tipo sanguíneo de Andréa e Júnior, descobre que ambos são tipo O, o que é geneticamente impossível pelo fato de Diego ser do tipo B. Desconfiado, ele interroga se os

dois são realmente os pais da criança, e Júnior percebe que foi enganado e que o exame de DNA havia sido falsificado.

Acidentes automobilísticos são um recurso bastante presente em melodramas, como é o caso de inúmeras telenovelas mexicanas, inclusive exibidas pelo SBT no Brasil. A tragédia, neste caso, foi usada como estratégia para resolução de ambos os imbrólios: o desligamento do tio mau-caráter de Bia, reforçando a dedicação da garota ao pai; e a descoberta de que Diego é filho de um londrino, e não de Júnior, como Andréa queria fazer acreditar.

Dentre os diversos conflitos sociais retratados em *Chiquititas*, a falta de segurança pública não passa despercebida. Em determinado momento da narrativa, após uma discussão com Pata, por causa do novo bairro em que a garota está morando, Duda sai do bar e caminha chateado pelas ruas da comunidade. Em plano geral, o garoto é apresentado com roupa de grife, incluindo tênis moderno e relógio (**Fig. 42**). Ao chegar a um beco, ele se mostra perdido e diz não saber como achar um táxi naquela região. Quando ele tira o celular do bolso para chamar pelo aplicativo, dois homens surgem entrando no beco.

O homem de camiseta amarela, aparentemente mais velho, é o primeiro a ver Duda e faz sinal para que o outro, de camiseta azul-escura, pare e observe. Ambos se aproximam do garoto, cada um de um lado, e o homem de amarelo é o primeiro a chamar a atenção, dizendo: “*Bonito celular*”. Duda agradece e tenta sair de perto, mas é barrado pelo outro, que diz: “*Calma! Eu vi no shopping um desse. Custa caro pra caramba*”. Em primeiro plano, a expressão facial de Duda revela que ele já prevê o desfecho desse impasse (**Fig. 43**).

Ao pedir licença, alegando que precisa ir para casa, Duda é impedido pelo homem de amarelo, que o segura pelo braço e diz: “*Vamos trocar uma ideia*”. O homem de azul é direto: “*Passa o celular pra cá*”. Duda tenta comover o assaltante, dizendo que acabou de comprar; mas o homem é agressivo ao dizer: “*Eu pedi para que você contasse sua vida para mim? Passa esse negócio pra cá, moleque*”. Sem outras tentativas de resistência, Duda consente e entrega o aparelho. O homem de amarelo, então, complementa: “*O tênis e o relógio também*”.

Ao pegar os pertences de Duda, os assaltantes ordenam: “*Vaza*”. Duda sai de cena. Na cena seguinte, ele retorna ao bar, descalço e abalado, e se senta à mesa (**Fig. 44**). Mosca vê o garoto e pede para que Pata vá conversar com ele. Após contar que foi assaltado, Mosca sai do bar à procura dos meliantes, enquanto Pata consola o menino. Duda, então, se mostra agressivo, dizendo que ele tinha razão, que aquele lugar era muito perigoso para eles. Pata alega que o assalto poderia ter acontecido em qualquer lugar, mas Duda rebate, dizendo que isso nunca aconteceu no bairro em que mora.

**Fig. 42:** Figurino de Duda em contraste com o cenário.



Fonte: Chiquititas – capítulo 447. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 43:** Expressão facial de Duda revela que o garoto percebeu que será assaltado.



Fonte: Chiquititas – capítulo 447. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 44:** Duda volta abalado para o bar.



Fonte: Chiquititas – capítulo 447. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Nesse ponto da narrativa, estabelece-se o contraste entre a vila elitizada e a favela paulistana. Pata utiliza-se da ironia para consolidar uma crítica: *“Desculpa se aqui na comunidade não tem segurança, não tem mansões, não tem carros blindados... Mas a culpa*

*não é minha*”. Cícero, gerente do bar, percebe a discussão e tenta amenizar a situação, orientando Duda a comunicar a polícia e fazer um boletim de ocorrência do caso.

Nesses poucos minutos, diversos elementos estilísticos saltam aos olhos, destacando-se: o uso do figurino contrastando com o cenário para prenunciar um assalto; a encenação de Duda, ressaltando a mudança de humor, ao perceber que será vítima de um crime; e o discurso irônico de Pata para estabelecer uma crítica social. Cabe ainda mencionar a reticência deixada pela cena – se a culpa pela violência na cidade não é de Pata, de quem é? – consolidando uma reflexão extradiegética das práticas sociais.

Mesmo sendo adaptação de obra latina e sustentando as características do melodrama latino-americano, *Chiquititas* é uma versão brasileira e, como tal, exalta elementos nacionais. Em 2014, ano em que a novela estava no ar, o Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol, unindo um evento mundial e um esporte de paixão nacional – e isso não passou despercebido pela narrativa: em determinado episódio, os personagens param suas atividades cotidianas para assistirem ao jogo do Brasil.

Na mansão da família Almeida Campos, a mesa é registrada em plano detalhe, evidenciando os quitutes com cobertura e/ou embalagens em verde, amarelo e azul (**Fig. 45**). A situação é usada, ainda, para troca de dissabores entre Carmen e Cinthia.

No orfanato, a decoração é feita com balões verdes e amarelos, além de chapéus e óculos temáticos e pompons (**Fig. 46**). O momento é utilizado com fins paradidáticos: quando Thiago diz que o Japão é o “inimigo” do Brasil, Carol – agora diretora da instituição – corrige, dizendo que não há inimigos, pois não há guerra, e sim um evento esportivo. Binho bate no peito gritando: “*Aqui é Brasil*”, e Carol também intervém: “*É Brasil, mas a gente tem que torcer com respeito e educação*”.

Enquanto a conversa vai se formando, é possível ouvir a vinheta do SBT vindo da televisão do orfanato, numa clara alusão à identidade da emissora. Chico chega com a pipoca, as crianças se animam, começam a festejar, e Thiago anuncia: “*Vai começar o Hino Nacional*”. Ele põe a mão no peito e a televisão ganha destaque em plano detalhe, exibindo uma Bandeira do Brasil tremulando.

Aos poucos, todos vão se levantando e tomando a postura civil para contemplar o Hino. Em cenas intercaladas, mostra-se que, na mansão dos Almeida Campos e no Café Boutique, as atenções também se voltam para a televisão. Conforme o Hino vai sendo iniciado, a Bandeira do Brasil fica sobreposta aos planos principais. Ao começarem a cantar em coro, a Bandeira se torna o plano principal e as demais cenas são exibidas simultaneamente na tela (**Fig. 47**).

**Fig. 45:** Mesa comemorativa da mansão Almeida Campos.



Fonte: Chiquititas – capítulo 183. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 46:** Figurinos comemorativos do orfanato Raio de Luz.



Fonte: Chiquititas – capítulo 183. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 47:** Montagem com a bandeira do Brasil e a cena de três ambientes da novela.



Fonte: Chiquititas – capítulo 183. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

A primeira parte do Hino é cantada completa. Antes de a segunda parte ser iniciada, os personagens aplaudem e festejam o início da partida. Nesse momento, um blecaute ocorre na cidade, deixando todos decepcionados. Enquanto as crianças gritam desesperadas no orfanato, e enquanto os geradores são ligados para os clientes do Café Boutique, uma crítica é percebida

na mansão dos Almeida Campos: Eduarda comenta que deveria ser proibido acabar luz em dia de jogo, mas Carmen comenta que não faz questão de ver a partida, pois se trata da política do “pão e circo”.

Dialogando com o contexto extradiegético, a Copa do Mundo no Brasil sofreu fortes críticas, políticas e sociais, sobretudo de grupos partidários contrários ao Governo Federal. À época, comentava-se sobre a precariedade na saúde e na educação, a falta de segurança pública, os impostos altos, a notável corrupção, entre outros temas. E sobre como um evento esportivo viria para “maquiar” esses fatos, ascendendo internacionalmente a imagem do Brasil – o que gerou as manifestações “Não vai ter Copa”.

Aparentemente, *Chiquititas* foi a telenovela do SBT que mais apostou em narrativa *crossover*, com a participação de diversas personalidades do elenco da emissora, por meio da visita e/ou participação dos personagens em programas da casa. Essa comunhão tende a reforçar a ideia de “família” e de que o conjunto é unificado. Um dos exemplos mais marcantes foi a participação (fictícia) de Tomás Ferraz no programa *Eliana*.

Para mascarar o fato de que Maria Cecília, executiva de alto escalão do Café Boutique, namorava Tobias, um dos baristas da cafeteria, o rapaz teve a ideia de inventar um heterônimo: Tomás Ferraz, cantor português muito reconhecido na Europa e que veio ao Brasil a fim de expandir a carreira. Eduarda, mãe de Maria Cecília, demonstra certa desconfiança; por isso, Tobias reúne um grupo de amigos e grava um videoclipe falso, para reforçar a imagem criada. O vídeo, no entanto, tem uma repercussão maior do que o esperado e Tobias/Tomás é convidado para shows e programas de TV.

Para além da reflexão social construída (namoro entre pessoas de diferentes classes sociais, relacionamento entre chefe e funcionário, mulher com rendimento financeiro maior do que o do homem, etc.), a identidade sbtista encontrou uma maneira de se consolidar. A sequência da presença de Tomás no programa *Eliana*, por exemplo, já se inicia com os personagens assistindo ao SBT na união familiar – reconhecimento provocado pela vinheta do programa e pela voz da apresentadora (**Fig. 48**).

A coxia do estúdio do programa *Eliana* é revelada, com Tobias/Tomás nervoso e Beto, seu amigo e empresário, tentando acalmá-lo. Eliana aparece em plano exclusivo, chamando pelo pseudocantor, que é empurrado e entra aos tropeços no palco. A plateia é exibida, com camisetas e cartazes de fã-clubes – embora se trate de um evento diegético, traz bastante verossimilhança com comunidade de fãs que prestigiam famosos em programas de auditório.

A encenação de Tobias/Tomás revela que o rapaz está bastante aflito com todas as atenções voltadas a ele. Ao perceber que a plateia está dançando coreograficamente sua música

e que Eliana parece se divertir com a canção, Tobias/Tomás começa a se soltar. Na casa de Eduarda, ela se demonstra entusiasmada: “*Meu genro é o máximo*”. Maria Cecília, no entanto, mostra-se enciumada com as fãs agarrando o namorado e com o comentário de Shirley, amiga de Eduarda, de que Tomás é “*um pedaço de mau caminho*”.

De volta ao palco, Tobias/Tomás continua sendo abraçado e beijado por fãs e admirado por Eliana. Na casa de Letícia, amiga pessoal, os comentários são de surpresa, tendo em vista que Tobias sempre foi tímido. Na coxia, Beto ouve elogios sobre a apresentação de Tomás e faz propaganda como empresário. Quando a música termina, Tobias/Tomás está desarrumado e descabelado, e Eliana emite o bordão: “*Que isso?! Que loucura!*”, muito utilizado quando há uma atração muito festejada em seu programa.

Um diálogo entre a apresentadora e o pseudocantor se inicia, criando certo distanciamento da narrativa dramaturgica e priorizando uma narrativa tecida em programa de auditório (**Fig. 49**). Eliana ressalta que Tomás tem mais de 10 milhões de acessos na internet, enquanto um *zoom in* aproxima o plano conjunto para o rosto das personalidades e parece criar uma afetividade maior com o telespectador – estratégia estilística comumente utilizada em programas de auditório.

**Fig. 48:** Personagens assistem ao programa *Eliana*.



Fonte: Chiquititas – capítulo 81. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 49:** O programa de auditório ocupa o espaço da teledramaturgia.



Fonte: Chiquititas – capítulo 81. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

A apresentadora amplifica a importância da participação de Tomás Ferraz: “*Diretamente de Portugal para o programa Eliana*”. Ao longo do diálogo, Tomás revela que está comprometido conjugalmente, mas tem espaço para todas as fãs. Quando Eliana pergunta de que parte de Portugal ele é, Tomás responde que é de Trás-os-Montes. Utilizando um trocadilho – outro recurso muito comum em programas do SBT (cf. HERGESEL; FERRARAZ, 2018b) –, Eliana pergunta: “*E atrás dos montes, você faz o quê?*”. Um plano conjunto revela o encantamento de Eduarda e Shirley e um primeiro plano exhibe o olhar apreensivo de Maria Cecília.

*Chiquititas* apresentou um arsenal de canções inéditas e adaptações, que resultou em dezenas de videoclipes, que eram exibidos diariamente na televisão e ficavam disponíveis na internet, além de consolidarem DVDs, que eram vendidos pelo SBT Licensing. Muitas das canções tinham, em sua letra, certa referência aos personagens e/ou ajudavam a conduzir a narrativa, entrando de forma orgânica na trama (cf. HERGESEL, 2017b). Salvo esses casos, a trilha sonora também se mostrou intensificadora e pleonástica mesmo quando era somente instrumental. Em uma das cenas mais impactantes da telenovela, uma das meninas tenta matar a outra.

A cena se inicia com Mili, aparentemente à beira de um penhasco, sentindo o vento no cabelo. A personagem é exibida em primeiro plano, em câmera baixa, ao som de uma nota grave de órgão (ou instrumento similar). Em outro plano, cujo cenário é uma parede rochosa, Marian entra pela esquerda, com expressão séria e olhar estático. Também em primeiro plano, em câmera baixa, uma gradação sonora acompanha sua entrada. Ainda parada à esquerda, sua cabeça se move para os lados, em ritmo semelhante ao do instrumental, como se estivesse se certificando de que não haveria ninguém por perto.

Retomando o olhar duro e com um riso ameaçador, a garota faz movimento de continuar em frente. Em câmera subjetiva pelo olhar de Marian, vê-se Mili de costas, apoiada em uma pilastra, perto do mar (**Fig. 50**). A câmera se aproxima, oferecendo ao espectador a sensação da movimentação da vilã. A trilha instrumental ganha ares de suspense. Em um plano geral, com câmera baixa, Marian é exibida entrando pela esquerda e seguindo na direção de Mili (**Fig. 51**). Em novo enquadramento, Mili é exibida em primeiro plano, com expressão inocente, e Marian se aproxima, movimentando o braço para empurrar a colega de orfanato.

As crianças aparecem correndo, brincando, e entram na frente de Marian (**Fig. 52**). A música de tensão é substituída pelos gritos e risos animados, além de efeitos sonoros remetendo à diversão. Mili sorri e corre atrás das pequenas. Marian termina a cena com expressão frustrada. Bufando, ocupa o lugar de Mili, apoiando-se na pilastra (**Fig. 53**). A trilha sonora emite um efeito que alude ao fracasso de uma expectativa.

**Fig. 50:** Câmera subjetiva, pela visão de Marian, observando Mili.



Fonte: Chiquititas – capítulo 349. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 51:** Marian se aproxima de Mili, à beira do penhasco.



Fonte: Chiquititas – capítulo 349. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 52:** As crianças correm na frente de Marian e chamam a atenção de Mili.



Fonte: Chiquititas – capítulo 349. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

**Fig. 53:** Marian fica aborrecida por não ter conseguido realizar suas intenções.



Fonte: Chiquititas – capítulo 349. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2014, telev., son., color.

Diferentemente da funcionalidade da música, há momentos em que a imagem é que se torna comunicadora, com o acompanhamento da trilha sonora ou mesmo em silêncio. Algumas ações de Chiquititas são narradas com o uso dessa estratégia melodramática, especialmente em se tratando de situações agressivas ou pesarasas, como foi com a morte de Sofia, a diretora do orfanato.

É noite e, em plano conjunto, as meninas estão dormindo no quarto coletivo. Ana acorda com luzes piscando na janela, ora azuis, ora vermelhas. Ajoelhando-se na cama, a menina abre a cortina. Em primeiro plano, o rosto de Ana é enquadrado olhando para fora. As luzes colorem a face preocupada da menina (**Fig. 54**). De volta ao plano conjunto, ela engatinha até a cama de Bia e tenta acordar a amiga: “*Tem uma ambulância lá fora*”. Em outro plano conjunto, as demais meninas acordam, quase que em sincronia. Mili questiona: “*O que está acontecendo, gente*”? Em outro plano, Bia e Tati estão na janela, também com expressão triste, encarando o que há do lado de fora. As luzes também colorem os rostos delas (**Fig. 55**). Elas decidem descer

para saber o que aconteceu. Mili coloca a mão no peito e, com desespero, clama o nome de Sofia.

No salão do orfanato, Ernestina e Chico estão com pijama conversando com dois paramédicos, constituindo o que se poderia chamar de quiasmo visual. Em outro plano de conjunto, as meninas estão na escada, enfileiradas, apoiadas no corrimão, como em uma gradação em clímax. Do outro lado da escada, revelado por outro plano conjunto, os meninos estão na mesma posição. Em um plano de conjunto mais aberto, a escada é exibida completa: as meninas, vestidas de rosa, à esquerda; os meninos, vestidos de azul, à direita. Mili desce correndo, pelo meio (**Fig. 56**).

No quarto de Sofia, a cama está vazia, em plano detalhe, e Mili surge abrindo a porta ao fundo (**Fig. 57**). Ela corre até a cama e fala “*Tia Sofia...*”, com os olhos marejados. Ela corre para fora, em um *fade out*. A cena retorna com um primeiríssimo plano em Binho, às lágrimas (**Fig. 58**). Em seguida, primeiríssimos planos mostram Cris, Rafa, Bia, Mosca e Ernestina chorando. Em plano conjunto, centralizando a escadaria, outros moradores do orfanato são flagrados na tristeza, praticamente estáticos, como em uma pintura. Um *zoom in* focaliza Mili ajoelhada, implorando a Chico para ele dizer que Sofia voltará. Chico, então, transforma em palavras o que o audiovisual registrou até o momento: “*A tia Sofia foi embora. A tia Sofia morreu*”. Os rostos são novamente registrados por mais alguns segundos, até o encerramento da cena.

**Fig. 54:** Ana percebe que há uma ambulância do lado de fora.



Fonte: Chiquititas – capítulo 45. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 55:** Bia e Tati confirmam a presença da ambulância.



Fonte: Chiquititas – capítulo 45. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 56:** Mili desce as escadas em desespero.



Fonte: Chiquititas – capítulo 45. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 57:** A cama de Sofia encontra-se vazia.



Fonte: Chiquititas – capítulo 45. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

**Fig. 58:** Binho (e as demais crianças) choram pela morte de Sofia.



Fonte: Chiquititas – capítulo 45. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2013, telev., son., color.

As luzes vermelhas e azuis, intercalando-se, constroem a imagem de uma ambulância, o principal emblema do acontecimento narrado. A ambulância, por si só, já é um prenúncio de situação trágica; diante da informação, trazida em capítulos anteriores, de que Sofia estava com a saúde bastante debilitada e acamada, cria-se uma alusão quase instantânea de que a razão de o veículo e dos paramédicos estarem ali é a diretora. A cama vazia, mais adiante, é o símbolo que endossa a morte da personagem.

As demarcações cênicas, os cuidados com os movimentos, as falas quase inexistentes parecem ser uma maneira encontrada para atenuar o falecimento, isto é, mostrá-lo de maneira menos direta. Esses recursos estilísticos caminham para o que poderíamos chamar de uma poética da morte na telenovela. Acerca desse fenômeno, observamos que o SBT tende a construir entrelinhas não apenas para empoleirar a narrativa, mas para atingir de maneira menos agressiva o seu público.

### 2.3 Narrativa e estilo em *Cúmplices de um Resgate*

Com autoria assinada por Íris Abravanel e direção geral de Reynaldo Boury, *Cúmplices de um Resgate* foi exibida ao longo de 16 meses, de agosto de 2015 a julho de 2016, contando com 357 capítulos. Trata-se uma adaptação de *Cómplices al rescate* (México: Televisa, 2002), de Rosy Ocampo e Maria Del Socorro Gonzalez, de 132 capítulos, que já havia sido exibida pelo SBT em 2002 e reexibida em 2006.

A narrativa registra o dia a dia de Manuela e Isabela, gêmeas separadas no nascimento e que se encontram, de forma repentina, na adolescência. Ambas têm vidas totalmente diferentes: Manuela reside no vilarejo, com a mãe e a avó, rodeada de amigos, e tem talento para o canto; Isabela mora em uma mansão, com a mãe que a menospreza e o pai que adocece,

e tem vocação para a matemática. Ambas decidem se ajudar trocando de lugar e vivendo a vida uma da outra.

### 2.3.1 Síntese do enredo

Dois núcleos são apresentados como um mundo comum de onde a narrativa se inicia. Um deles é com Manuela, garota humilde que vive no Vilarejo dos Sonhos e tem Téo, Mateus e Dóris como seus melhores amigos. Manuela mora com a mãe (Rebeca), com a avó (Nina) e com a tia (Helena), após ter sido abandonada pelo pai, antes de seu nascimento. O outro é com Isabela, adolescente rica que vive na cidade grande, tem a babá Marina e o motorista Damião como o mais próximo de amigos e mora com o pai (Orlando) e a mãe (Regina), que a maltrata frequentemente.

O conflito central da narrativa ocorre quando, por meio de uma alegoria (comentada mais adiante), explica-se que Isabela foi sequestrada no dia de seu nascimento, e Rebeca, enganada pelo médico, acreditou que só deu à luz uma criança. O plano de roubo foi arquitetado por Regina e seu irmão, Geraldo, tendo em vista que o casamento dela estava em crise e um filho convenceria Orlando a não pedir o divórcio. Essa problemática explode quando Manuela se apresenta num concurso de bandas e Isabela, da plateia, percebe que ambas são idênticas. Na tentativa de ajudarem uma à outra, elas constantemente trocam de lugar às escondidas, até serem descobertas por Regina, que decide manter Isabela em cativeiro e explorar o talento musical de Manuela.

Muito comum em telenovelas, por ser uma obra extensa, o clímax da narrativa se divide em diversos momentos, como a suposta morte de Regina, durante um acidente de carro, e a descoberta de que Paola é, na verdade, Regina disfarçada. Outros pontos fortes são: as revelações individuais que Manuela e Isabela fazem aos amigos; a descoberta do primeiro amor entre Manuela e Joaquim; a concretização da união entre Rebeca e Otávio; a ascensão da banda C1R; entre outros. O momento mais impactante, todavia, é quando Rebeca consegue resgatar suas filhas.

No encerramento da história, ocorre uma pregação ecumênica (unindo as igrejas católica e protestante), ressaltando a importância do amor ao próximo. Além disso, os destinos dos personagens são definidos: casais são concretizados, famílias são unidas, divergências se mostram resolvidas, e todos se reúnem na festa de casamento de Otávio e Rebeca. Para encerrar o último capítulo, uma nova alegoria sugere que a realeza foi novamente unida e que a rainha má foi julgada como louca e presa na torre.

### 2.3.2 Anotações prévias sobre a telenovela

O título da novela cria duas ligações com a narrativa: a primeira por se tratar do nome da banda principal formada pelos adolescentes (e estilizada como C1R); a segunda por se referir à cumplicidade dos jovens em tentar desmascarar Regina e salvar a amiga que está presa em cativeiro. Semelhante ao que ocorreu em *Carrossel* (em que o nome da banda ocupou o posto de título) e em *Chiquititas* (em que o coletivo heroico intitulou a narrativa), *Cúmplices* parece atender, dessa forma, à forma tradicional de nomear melodramas.

Em *Cúmplices*, percebem-se também as três motivações do melodrama: Providência (o principal exemplo é que, mesmo com diversas armadilhas, Otávio e Rebeca ficam juntos), Reconhecimento (como o caso de Priscila, que faz algumas maldades em prol do próprio ego e se completa nisso) e Amor (seja humano, como os diversos casais unidos ao longo da narrativa; seja animal, incluindo o casamento do rato Tuntum com a peixe Beijoca; seja humano e animal, como é o caso de Meire com o gato Bartolomeu).

Quanto aos personagens, eles parecem seguir as categorias propostas por Martín-Barbero (2009, p. 169-170), destacando-se, nos núcleos principais: Manuela, Isabela, Rebeca, Otávio, dentre outros, no posto de vítimas; Regina, Geraldo, os capangas, Safira, Tomaz, Omar, dentre outros, na função de traidores; Joaquim, Júlia, Felipe, André, Lola, Mateus, Téó, Dóris, dentre outros, na posição de justiceiros; e Meire, Dinho, Fred, Giuseppe, Fiorina, Nico, dentre outros, no posto de bobos.

### 2.3.3 Observando os recursos melodramáticos

O estabelecimento do par romântico adulto em *Cúmplices de um Resgate* ocorre mesclando a estratégia do olhar apaixonado (como visto em *Carrossel*) com o do confronto de personalidades (como visto em *Chiquititas*). O casal em questão é Rebeca e Otávio, que é formado em dois momentos: primeiramente por meio da alegoria; posteriormente, na história diegética de fato.

O primeiro momento ocorre de forma intradiegética, no início do primeiro capítulo, quando um resumo da história é apresentado em forma de conto de fadas: Dóris, menina sonhadora que vive no Vilarejo dos Sonhos, está lendo um livro em que há, como personagens, a plebeia Rebeca e o duque Otávio. O encontro de ambos ocorre quando o nobre salva Manuela,

filha de Rebeca, de uma queda com o rompimento de um galho de árvore – tal sequência será analisada mais adiante.

O segundo momento – e que, de fato, representam Rebeca e Otávio na realidade da diegese – acontece quando a mulher, líder de uma cooperativa de costureiras, descobre que a On-Enterprise, empresa administrada pelo rapaz rompeu a parceria. Revoltada por não haver motivos relevantes para o caso, ela se dirige até a empresa, invade o escritório do executivo e lhe profere palavras agressivas e de inconformidade.

A cena se inicia com Otávio, sentado à sua mesa, quando a porta é bruscamente aberta. Rebeca entra gritando: *“Eu vou entrar, sim”*, seguida de Lurdinha, secretária de Otávio, e Clara, sócia de Rebeca. Quando Lurdinha tenta explicar o que está acontecendo, Rebeca é áspera novamente, dizendo que ela não precisa justificar nada ao chefe: *“Eu assumo toda a responsabilidade”*, com o dedo em riste (**Fig. 59**).

**Fig. 59:** Rebeca discute com Otávio.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Com o questionamento de quem são elas, surge a apresentação completa da personagem: *“Meu nome é Rebeca, chefe de corte da confecção Sonhos e Retalhos, que faz, ou melhor, fazia roupas para uma de suas empresas”*. Para dar andamento, ela apresenta a outra personagem: *“E essa aqui é minha amiga e colega de trabalho, Clara”*. Otávio tenta amenizar a situação, pedindo para que Lurdinha saia e que as duas se sentem.

O tom de Rebeca diminui, e ela e Clara explicam que o Grupo On-Enterprise é o principal responsável pela fonte de renda da confecção e que, sem a parceria, ela não sobreviveria, gerando desemprego para todas as costureiras conveniadas. Rebeca tenta ser justa: *“Vocês podiam dar um aviso prévio ou dito o que estava errado para a gente melhorar”*, ao que Otávio demonstra-se confuso.

Rebeca continua o discurso: “*Eu sei que a nossa confecção não tem valor nenhum para vocês, mas pra gente tem, e muito*”, ocasionando um queleuismo, isto é, um “discurso em forma de confissão” (SUHAMY, 1994, p. 144). Ela continua: “*Eu sei também que o que importa é só o lucro, mas eu quero olhar bem no fundo dos seus olhos e falar que você está tirando o sustento de inúmeras famílias do vilarejo com isso*”. Percebe-se que a fala da mulher, como um todo, é composta por expoliação, isto é “uma série de argumentos, com insistência litânica” (SUHAMY, 1994, p. 111).

Otávio mantém o tom sereno, mas é objetivo ao encarar Rebeca: “*Você não me conhece e não pode falar isso a meu respeito*”. O rapaz diz que não sabia do ocorrido, mas a mulher rebate, dizendo que o e-mail suspendendo os pedidos estava no nome dele. Ele alega que usaram o nome dele, mas ela não se mostra convencida, ironizando: “*Claro, é sempre assim. Muito melhor não saber de nada para não ter culpa de nada*”, provocando até mesmo uma espécie de contrafissão, ou seja, uma “exclamação irônica, em forma de conselho” (SUHAMY, 1994, p. 143).

Rebeca toma a decisão de ir embora e leva Clara consigo. Após a saída das duas, Otávio fica estático, com o olhar apatetado (**Fig. 60**). Uma trilha instrumental romântica preenche o ambiente e complementa a fala dele: “*Que linda que ela é!*”. Essa estratégia é muito similar ao utilizado em *Chiquititas*, quando Carol termina o capítulo abobalhada ao se lembrar de Júnior; no entanto, em *Cúmplices*, não há negação nem postergação do sentimento, mas afirmação imediata por parte da figura masculina.

**Fig. 60:** Otávio mostra-se encantado por Rebeca.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

*Cúmplices* teve diversos conflitos familiares retratados, especialmente entre Regina e Isabela (mãe e filha), entre Fiorina e Giuseppe (esposa e marido) e entre Safira, sua filha e seus

pais. Safira tem uma relação conturbada desde sua gravidez não planejada: embora sua vontade fosse recorrer a um aborto, os pais insistiram para que ela tivesse a criança. Após o nascimento de Priscila, a mulher tem se mostrado ausente, sempre mal-humorada, criando discussões gratuitas com os pais e com a própria filha. Para além disso, ainda sustenta um rancor contra o pai, por ele ter sido distante quando de sua infância.

Na cena analisada, Safira abre a porta de sua casa para entrar ao som (extradieético) de *Décadence Avec Éléance*, na voz de Zélia Duncan, especificamente no trecho: “*Mas e daí? Ela se acha tão chique. Troca seu destino por qualquer acaso. Perdeu a pose. Décadence avec éléance*”. Cambaleando em cima de um salto e dando uma volta em torno de si, notavelmente embriagada, ela deixa o casaco e a bolsa no chão para fechar a porta. Insatisfeita com a ausência de pessoas na sala, bate palmas e grita para a família, enquanto desce pequenos degraus.

A trilha sonora é substituída por um instrumental de momento de tensão. Priscila desce as escadas do segundo andar e os pais de Safira vêm da cozinha, com expressões de espanto. Com voz embargada, Safira comenta: “*Agora, sim. Agora chegou a família linda da Safirinha*”. Posicionados em lugares diferentes – Priscila à esquerda (**Fig. 61**); Safira no centro (**Fig. 62**); e os pais de Safira à direita (**Fig. 63**) –, os planos registram cada um isoladamente, semelhante ao que ocorreu em *Chiquititas*, na cena de confronto entre Júnior, Gabriela e Carmen. Dessa vez, no entanto, o motivo do conflito está centralizado.

**Fig. 61:** Priscila, em primeiro plano.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 218. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 62:** Safira, em primeiro plano.

Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 218. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 63:** Os pais de Safira, em plano conjunto.

Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 218. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

Decepcionada e com expressão brava, Priscila diz não acreditar que a mãe está bêbada. Safira faz piada da situação: *“Quem tá bêbada aqui? Vocês estão vendo alguma bêbada aqui? Eu não tô vendo bêbada nenhuma. Então, por favor, não traz espelho, que eu não quero ver”*. Ela cai no riso sozinha, ao que Priscila rebate: *“Você só me faz sentir vergonha”*. Safira faz um autoelogio, dizendo que é linda, e tenta abraçar Priscila, mas é empurrada e cai no sofá, ainda aos risos.

Safira implora um abraço de Priscila e enfrenta a mãe, que tenta lhe dar uma bronca. Safira tenta se levantar, dizendo que não bebeu muito, mas acaba se desequilibrando e coloca a culpa no salto. O pai avisa que fará um café forte para ela, e ela grita para ele não fazer: *“De você, não quero nada, não”*. Priscila mantém uma expressão de decepção e constrangimento. Safira continua rindo à toa, até ter uma crise de consciência e começar a chorar. A trilha sonora entra com a música *Pra você*, de Onze:20, no trecho: *“Ouvir dizer que eu não servia”*.

Uma das tragédias mais marcantes nas telenovelas infantojuvenis do SBT foi o atropelamento de Priscila, que resultou em ações para fora da narrativa, como o incentivo à doação de sangue, uma iniciativa do SBT do Bem, plataforma de ações sociais promovidas pela emissora – assunto retomado mais adiante. Muito embora cenas envolvendo acidentes automobilísticos sejam frequentes nas novelas da emissora, esta, em especial, envolveu uma mobilização de marketing que transpassou toda a programação.

A cena se inicia com Priscila na sala dos irmãos Vaz, com os colegas da banda CIR. Joaquim dá a ideia de cantarem algumas músicas, e Priscila tem a ideia de gravar um vídeo para a internet abraçada com ele e dizendo: *“Oi, gente! Eu tô aqui com meu namo Joaquim, e ele vai cantar uma música especialmente para mim”* (Fig. 64). Ao beijar o garoto, ele rebate: *“O que é que foi isso, Priscila?”*. Ela tenta justificar, dizendo que, para os fãs, eles estão namorando. O garoto fica bravo e é objetivo: *“Eu não gosto dessa mentira toda. Eu não gosto de você. Eu gosto da Isabela. Será que você não se toca?”*.

Todos ficam espantados com a verdade vindo à tona. Priscila se mostra irritada, levanta-se e sai do apartamento. Triste e decepcionada, ela segue para a rua acelerada, empurrando quem está à sua frente, acompanhada de uma trilha instrumental de apreensão. Um carro é mostrado em outro plano, e a garota é logo atingida e arremessada para o para-brisa, ao som de uma freada brusca. Priscila fica estirada no asfalto e uma câmera de dentro do carro (subjativa, na visão do motorista) mostra as pessoas se aproximando. Por alguns segundos, a garota é focalizada em primeiro plano, com um *zoom in* em seu rosto (Fig. 65).

**Fig. 64:** Priscila finge ser namorada de Joaquim.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 180. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 65:** Priscila é atropelada.

Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 180. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

Devido ao acidente na ficção, o diretor artístico Vinícius Pegoraro desenvolveu, junto à agência Leo Burnett Tailor Made, para o Clube Sangue Bom, com apoio da plataforma SBT do Bem, uma ação de marketing mobilizando doações de sangue pelo País (**Fig. 66**). Em seu portfólio, o profissional explica: “Alteramos o roteiro da novela infantil *Cúmplices de um Resgate* e fizemos a personagem principal, Priscila, sofrer um acidente. Ela só se recuperaria com doações do público” (PEGORARO, 2019, [e]).

De acordo com dados levantados pelo projeto, “apenas cerca de 2% da população brasileira é doadora de sangue, e geralmente as pessoas só doam quando alguém próximo a elas está precisando” (PEGORARO, 2019, [e]). O uso da telenovela para gerar essa campanha também é justificado: “No Brasil, novelas são parte da cultura pop, com mais de 100 milhões de espectadores que acabam criando fortes laços emocionais com as personagens. Usamos essa relevância para criar o maior movimento de doação de sangue no país” (PEGORARO, 2019, [e]).

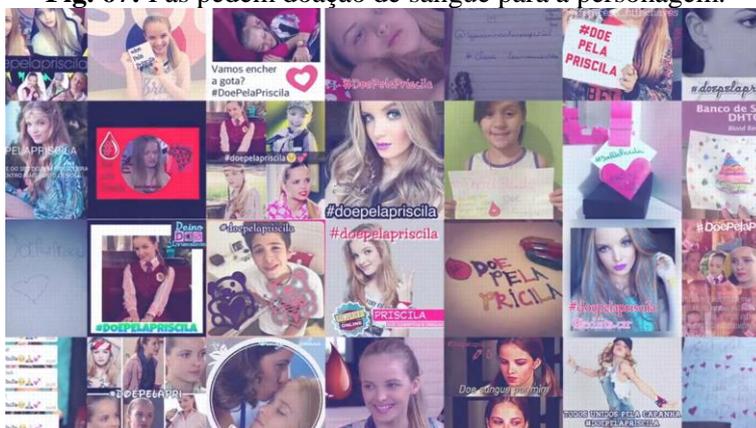
A campanha gerou uma movimentação de fãs (**Fig. 67**), personagens da novela (**Fig. 68**) e programas da emissora (**Fig. 69**), que pediam doações para os espectadores; os telejornais, por sua vez, noticiavam periodicamente como estava sendo a adesão do público (**Fig. 70**).

**Fig. 66:** Arte de divulgação da campanha #DoePelaPriscila.



Fonte: Vinícius Pegoraro. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

**Fig. 67:** Fãs pedem doação de sangue para a personagem.



Fonte: Vinícius Pegoraro. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

**Fig. 68:** Personagens pedem doação de sangue dos telespectadores.



Fonte: Vinícius Pegoraro. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

**Fig. 69:** Programas de entretenimento colaboram com a causa.



Fonte: Vinícius Pegoraro. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

**Fig. 70:** Telejornais do SBT monitoram a adesão à campanha.



Fonte: Vinícius Pegoraro. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

Como resultado, Pegoraro (2019, [e]) mostra que: 83 milhões de pessoas foram impactadas, com 8 milhões de interações nas redes sociais; foram disponibilizados 431 minutos de exposição na TV aberta; o tema foi primeiro lugar nas buscas do Google, à frente, inclusive, do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff; e acarretou num aumento de 31% nas doações de sangue.

Mais do que as relações de classes sociais estabelecidas entre o núcleo da cidade e o do vilarejo, um conflito social inédito nas novelas do SBT foi o embate entre Fiorina e Nina por causa da religião: enquanto a primeira é católica fervorosa, a segunda é protestante, e ambas tentavam defender a sua igreja como a verdadeira e a mais correta. Numa das cenas, haveria uma peça teatral no vilarejo, unindo fiéis das duas religiões.

A respectiva cena se inicia com planos detalhe mostrando as cadeiras da plateia reservadas: Nina colou papéis com o desenho de um peixe, e Fiorina colou papéis com o desenho de uma cruz, para designar os lugares dos colegas de igreja de cada uma (**Fig. 71**). Mesmo assim, ambas discutem por causa de uma cadeira na primeira fila: a católica diz que

reservou ela há muito mais tempo, e a protestante rebate, dizendo que, quando chegou, não havia nenhum papel colado ali.

**Fig. 71:** Nina e Fiorina adesivam cadeiras.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 114. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

Após uma discussão gratuita, com ambas dizendo: “*É minha!*”, Fiorina senta-se na cadeira e Nina tenta arrancá-la, puxando o móvel. O padre e o pastor, a distância, veem a briga e resolvem intervir. Elas contam que estão reservando as cadeiras e que uma roubou o lugar da outra. O padre é impaciente: “*Ah, por favor! Não precisa guardar lugar nenhum, gente! Os convidados vão pegar os lugares conforme a ordem de chegada*”. O pastor complementa, também sério: “*Exatamente. E não importa de que religião for*”.

O pastor ainda pede: “*Por favor, vamos tirar essas etiquetas*”. Fiorina, em primeiro plano, tem o pensamento enunciado: “*Eu não vou tirar os meus adesivos*”. Nina, em outro primeiro plano, também tem o pensamento escutado: “*Eu não vou tirar nada*”. A cena se encerra com uma encarando a outra.

A intolerância religiosa foi um dos assuntos mais comentados sobre a telenovela, por críticos de televisão e páginas de entretenimento, especialmente por ser um tema social em voga. Antes do início da novela, Íris Abravanel explicou à imprensa: “*Vamos pelo lado cômico, mas pregando que o amor ao próximo tem de prevalecer. Independentemente da crença, o respeito precisa ser maior*”<sup>44</sup>. Vale lembrar que a autora é evangélica, e Silvio Santos, seu marido e dono da emissora, é judeu.

Aspectos nacionais também estão presentes em *Cúmplices*. Uma das músicas mais conhecidas do cancionário evangélico brasileiro, por exemplo, serviu como guia de uma das

<sup>44</sup> Em entrevista para Márcia Pereira, publicada com o título *Nova novela do SBT trata confronto entre católica e evangélica*, no blog Notícias da TV, em 22 de julho de 2015. Disponível em: <https://goo.gl/SMAj9U>. Acesso em: 26 jan. 2019.

montagens mais impactantes da novela: em cenas intercaladas, há um registro da morte de Orlando e do coro evangélico cantando *Grandioso És Tu*.

Na cama de hospital, após ser diagnosticado com uma grave doença cardíaca, Orlando recebe o carinho de sua filha, Isabela. A trilha sonora mescla o apito dos batimentos cardíacos (som diegético) e um instrumental dramático (som extradiegético). Isabela se deita no peito de Orlando e diz estar com saudade de seu abraço; o homem, por sua vez, demonstra dificuldade ao respirar (**Fig. 72**).

**Fig. 72:** Isabela deita-se no peito de Orlando.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 20. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Lamentos da garota são marcantes: “*Por que é que tem que ser assim? O que foi que eu fiz de errado para ter que ver o meu pai desse jeito?*”. Orlando diz que a filha não tem culpa de nada, mas ela continua deprimida: “*Será que Deus não gosta de mim?*”. Surge, então, uma conversa que segue a doutrina cristã. Orlando: “*Deus gosta de todos, minha filha*”. Isabela: “*Então, por que ele não faz você melhorar logo, pai? Era só isso que eu queria*”. Ela ainda dá conselhos: “*Você precisa reagir. Você tem que ser forte, pai*”.

A cena segue carregada no diálogo, com a garota recorrendo às emoções: “*Você se lembra de quando eu era pequena? Eu tinha muito medo, e eu não queria que você contasse isso para ninguém. E você nunca contou*”. E continua: “*Mas agora eu tô sentindo esse mesmo medo, e eu não quero que ninguém saiba*”. Um silêncio ocupa o quarto, e a garota pede: “*Fala alguma coisa, pai. Você está sentindo medo também?*”. Ele confessa: “*Medo, não, minha filha. Eu só não queria deixar você*”. Ambos continuam abraçados e um *zoom out* registra esse posicionamento, com Orlando dizendo “*Eu te amo, minha filha*”.

Há uma interrupção na cena, que retorna mais adiante. Isabela continua deitada no peito do pai e assume, novamente, a fala: “*Pai, você tá dormindo? Você não tem o direito de me*

*deixar sozinha, pai. Você é tudo que eu tenho. Eu prometo que, se você ficar, a gente vai para o Nepal. Vai ser a melhor viagem da nossa vida, você não acha?*”. Orlando desfalece, e o monitor de batimentos cardíacos substitui o “80” na tela por um traço, além do apito constante.

A garota se desespera: *“Pai! Pai! Pai, não faz isso. Pai!”*. Ela sai pelo hospital gritando: *“Socorro! Meu pai! Socorro! Alguém! Socorro!”*. A trilha sonora inicia a introdução de *Grandioso És Tu*, e a cena é sobreposta a outra: na igreja, os fiéis estão participando do culto, e o coro, no altar, começa a cantar a referida música (**Fig. 73**). A montagem assume a condução da narrativa: no hospital, homens de branco entram no quarto e tentam reanimar Orlando, enquanto Isabela assiste a tudo pelas frestas da persiana (**Fig. 74**); na igreja, Manuela também chora, de mãos dadas com a mãe (**Fig. 75**).

A fala de Manuela é voltada à outra menina: *“Vai ficar tudo bem, Isa”*; e a fala de Isabela é voltada para Orlando: *“Não me deixa, pai. Não me deixa. Não me deixa, por favor”*. Um plano detalhe revela a aflição de Manuela, pelas mãos apertadas e pelas lágrimas deslizando no rosto, mesmo sem a garota saber o que ocorre no hospital. Um canto lírico assume a trilha sonora, que retorna a um primeiríssimo plano, com Isabela chorando (**Fig. 76**), e a cena se encerra.

**Fig. 73:** Cena no hospital e cena na igreja, sobrepostas.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 20. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 74:** Isabela vê, pela persiana, o desencarne do pai.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 20. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 75:** Manuela chora e mãos dadas com a mãe.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 20. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 76:** Isabela chora a morte do pai.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 20. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Diferentemente do que se pôde constatar com a forma como a morte foi conduzida em *Chiquititas* – por meio de imagens emblemáticas de ambulância e cama vazia –, em *Cúmplices*,

a morte é mostrada com mais detalhes. A dor do pesar é retratada por meio de frases de efeito, diálogos longos, planos fixos e trilha sonora emotiva, aproximando-se da morte da vida real, que tende a ser um fenômeno doloroso e dramático para os latino-americanos, incluindo brasileiros.

A intercalação com o culto na igreja propõe uma presença de antítese e eufemismo: a canção *Grandioso És Tu* contrasta com a cena do hospital, ao mesmo tempo em que ameniza a gravidade da morte, apesar das lágrimas e do desespero de Isabela. A música sugere uma expressão de confiança, também presente na fala de Manuela, e ainda remete à Providência, temática comumente presente no melodrama.

O SBT, enquanto marca identitária, mostra-se também presente em *Cúmplices*, em especial no capítulo em que a banda CIR é convidada a participar do programa Domingo Legal. Mantendo as características do programa de auditório – Celso Portioli no palco, conduzindo as atrações; plateia aplaudindo em polvorosa –, temos, ainda, o diretor invadindo a *mise-en-scène*. Vale lembrar que, no programa em si, é comum que o diretor se manifeste, por meio da voz, como registrado em trabalhos anteriores (cf. HERGESEL; FERRARAZ, 2018b).

A banda já está quase completa no palco (**Fig. 77**). Celso conversa Magrão, diretor do programa, para confirmar se, de fato, a vocalista da banda vai entrar. Magrão, do *switcher*<sup>45</sup> (**Fig. 78**), confirma a presença de Isabela. Celso, então, chama a garota, que entra no palco acompanhada da animação da plateia. Como notado em *Chiquititas*, há uma fusão entre a dramaturgia e o programa de auditório. Ainda que se trate de uma cena da novela, o audiovisual parece manter o estilo festivo do show de variedades dominical.

Após uma conversa inicial entre Celso e Isabela, a banda toca a música de abertura da novela. A apresentação no palco, entretanto, é intercalada com trechos do videoclipe gravado para a música (**Fig. 79**) – que, por sua vez, é distinto da vinheta de abertura exibida diariamente. Outro plano revela Dóris, empolgada em sua casa, ao lado do irmão, cantando e dançando enquanto assiste à televisão.

Um plano detalhe fixa a televisão (**Fig. 80**), que está exibindo o Domingo Legal, numa espécie de metalinguagem. Um primeiro plano foca em Mateus, que mostra um olhar curioso, como se estivesse observando atentamente o que ocorre na TV. Dóris se mantém animada e cantando. Ela se vira para o irmão: “*Essa é a música que eu mais gosto*”. Vendo que ele continua compenetrado, ela questiona: “*Você não gosta?*”.

---

<sup>45</sup> Setor das emissoras de televisão voltado para concentrar uma equipe composta por um operador de áudio, um operador de TV, um operador de caracteres, um organizador de *playlists* e o diretor geral, com a finalidade de controlar um programa em tempo real.

O garoto diz que gosta, mas que está encafifado com o fato de a vocalista lembrar alguém que eles conhecem. Ele diz à irmã: “*Essa garota é igualzinha à Manuela*”. A menina entra em choque e se senta no sofá: “*É verdade*”. A cena volta para o palco do Domingo Legal e passa a mesclar a apresentação ao vivo com trechos do show realizado pela banda em capítulos anteriores (**Fig. 81**), e assim se encerra.

**Fig. 77:** Banda C1R no palco do Domingo Legal.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 144. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 78:** O diretor Magrão conversa com o apresentador, diretamente do *switcher*.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 144. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 79:** Videoclipe da música mescla-se com a apresentação da banda.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 144. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 80:** A televisão mostra o que está sendo exibido no SBT.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 144. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 81:** Trechos do show mesclam-se com a apresentação da banda.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 144. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

Aparentemente, a cena busca, além de demarcar o território sbtista, defender que os programas da emissora têm a capacidade de informar, de contribuir, de gerar descobertas, de reencontrar pessoas, etc., além de somente entreter.

Por ser uma novela bastante musical, *Cúmplices* parece tratar sua trilha sonora com bastante importância. Em alguns casos, a melodia tem a função de guiar a narrativa, não só intensificando-a ou atenuando-a, mas também criando ações. Um desses casos é o acidente de carro envolvendo Regina.

A cena em questão se inicia com uma trilha instrumental de tensão (som extradiegético), apresentando o carro da vilã em alta velocidade, sendo seguido pelo carro de Otávio, também acelerado, mesclando barulhos de motor e pneus cantando (som diegético). Um plano detalhe revela os olhos de Regina pelo retrovisor (**Fig. 82**). Outro plano detalhe mostra a mão dela movendo o câmbio. Um primeiro plano mostra a mulher girando o volante com raiva e força. Otávio é mostrado em primeiríssimo plano, no outro carro, com expressão preocupada.

Novamente os olhos de Regina são mostrados pelo retrovisor. Os pneus continuam cantando. Uma câmera frontal mostra o carro de Regina saindo da estrada. Um estrondo mostra o automóvel invadindo a calçada, delimitada por um barranco. Muitos barulhos são registrados quando o carro capota pela ribanceira. O carro de Otávio para, e Isabela desce a tempo de ver o veículo de Regina sendo consumido pelas chamas (**Fig. 83**). O barulho de crepitação (som diegético) mescla-se com o instrumental de tragédia (som extradiegético).

**Fig. 82:** Os olhos de Regina são captados pelo retrovisor.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 260. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

**Fig. 83:** O carro de Regina encontra-se em chamas.



Fonte: *Cúmplices de um Resgate* – capítulo 260. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2016, telev., son., color.

Sem diálogos para comunicar o que está acontecendo, a imagem se encarrega de representar a cena de perseguição. Somente com o som, porém, pode-se ter a certeza da velocidade dos carros – por meio dos roncões dos motores, dos pneus deslizando no asfalto, das freadas bruscas nas curvas, das batidas e da explosão. O som do fogo revela até a ferocidade com que as chamas consomem o automóvel.

Uma das problemáticas encontradas por Íris Abravanel, ao produzir essa adaptação de *Cúmplices*, é que, na versão original, a trama se inicia com as protagonistas já adolescentes, sem uma justificativa introdutória de como as irmãs foram separadas. Desejando inserir uma passagem explicativa, a telenovela fez uso de imagens emblemáticas: imergindo no mundo dos contos de fadas, o sequestro da criança foi apresentado dentro de um universo mágico, proporcionado por um livro que a personagem Dóris lê na biblioteca, para depois estabelecer um diálogo com o que a diegese consideraria “vida real”.

Como descrito em trabalhos anteriores (cf. HERGESEL, 2016), a sequência se inicia com Dóris folheando um livro e, enquanto a câmera mergulha em uma das ilustrações (**Fig. 84**), que servirá de ambientação para o ambiente intradieético (ou diegese da diegese), a garota faz a narração: “*Em um reino não muito distante...*”. A Floresta Encantada, com direito a choupanas e palácios, entra no foco da narrativa, em possível alusão ao universo mágico proporcionado pela leitura.

Nessa passagem, a abertura é marcada pela donzela plebeia que lamenta com a mãe a fuga do marido (**Fig. 85**), mas mostra-se esperançosa por seu retorno. Também é mostrada a falsa gravidez da rainha má (**Fig. 86**) e o pacto que o escudeiro paladino faz com o médico, nas trevas da floresta noturna, em troca de um baú cheio de tesouros. O desmaio da donzela durante

o parto das gêmeas e o chamado de sua mãe, cerzideira, ao trabalho são elementos-chave para facilitar o roubo de uma das crianças pelo vilão.

No palácio, a rainha má aparenta estar descontente com o fato de o bebê ser do sexo feminino, mas o rei demonstra empatia por aquela que acredita ser sua filha biológica. A sequência se encerra congelando a imagem do rei abraçado com a princesa e a câmera se move em *travelling*, reforçando que saiu de dentro do livro. O último frame se transforma em ilustração (**Fig. 87**), e Dóris encerra a sequência com a narração: “*Orlando abraça a filha fortemente*”. Em seguida, seu irmão, Mateus, interrompe sua leitura para chamá-la.

**Fig. 84:** A ilustração do livro, transformando-se em *live-action*.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 85:** A plebeia Rebeca.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 86:** A rainha má Regina.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 87:** A princesa Isabela e o rei Orlando, transformando-se em ilustração.



Fonte: Cúmplices de um Resgate – capítulo 1. Direção de Reynaldo Boury. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

É perceptível, na sequência do universo fantástico, que a heroína da narrativa foi retratada como a camponesa ingênua, enquanto a anti-heroína foi figurativizada pela imagem da rainha má. Configura-se, assim, a alegoria, isto é, “uma composição simbólica, feita de vários elementos que formam um conjunto coerente e devolvem termo a termo o seu conteúdo significativo” (SUHAMY, 1994, p. 45), uma “sequência logicamente ordenada de metáforas que exprimem ideias diferentes das enunciadas” (HENRIQUES, 2011, p. 135).

## 2.4 Considerações parciais

As análises apontam que a telepoética do SBT, em se tratando de ficção seriada infantojuvenil, encontra-se calcada no melodrama clássico, em especial na abordagem adotada pelas obras latino-americanas. No recorte estudado, percebemos que as três telenovelas constroem sua trama em pilares já consagrados da estrutura melodramática, que mesclam

conflitos familiares e sociais, pares românticos e situações fatídicas, reforço à identidade nacional e autoral, música com funcionalidade narrativa e imagens emblemáticas.

Em termos de narrativa, *Carrossel* apresenta uma história com personagens bem delimitados, dos mocinhos aos vilões, em temporalidade e ambientações bem definidas, com linguagem de fácil compreensão, ainda que obedecendo à norma culta da língua portuguesa. Para estabelecimento de casais, usa-se do encantamento, da magia, dos efeitos expressivos que visam ao despertar da ternura, reforçando a máxima do amor à primeira vista, do encontro de almas gêmeas; para as situações fatídicas, por sua vez, exageram-se nos elementos do drama, exacerbando as situações, provocando uma aclamação à melancolia.

Em *Chiquititas*, é possível perceber o uso do desastre e da (auto)negação quando da formação do par romântico principal, além da presença de discussões familiares intensas, carregadas de ofensas e acusações em detrimento às defesas descaradas do vilão. Os conflitos sociais, ainda que levantem discussões do contexto em que a obra foi produzida, trazem temas universalizados, como violência urbana e diferenças de classes. Mesmo o *crossover*, inserindo um programa de auditório na diegese, passa a ser uma representação da identidade da emissora, reforçando um segmento do melodrama latino comum em produções audiovisuais.

Já em *Cúmplices*, o estabelecimento do par romântico, por exemplo, mescla a estratégia do olhar apaixonado com o do confronto de personalidades, unindo duas características comuns do melodrama. Já as referências nacionais e as autorreferências, que tendem a reforçar o fato de a novela ser nacional e sbtista, resgatam elementos culturais do segmento evangélico e da preferência televisiva do povo/massa, respectivamente. Com a exaltação do louvor a Deus, fortalece-se a crença cristã e cria-se um embate entre o sofrimento terreno e a esperança divina; com o *crossover*, sustenta-se a ideia de união, de familiaridade – ou seja, mesmo utilizando Brasil e SBT, a narrativa mergulha no melodrama.

Em termos de estilo, *Carrossel* conta com cores muito vibrantes, enquadramentos geralmente fechados, priorizando os primeiros e primeiríssimos planos, especialmente em situações de conflito ou extravasamento das emoções do personagem. Os figurinos são bastante estereotipados, facilitando na demarcação de cada personagem, e a maquiagem tende a ressaltar o sentimento da cena, que acaba endossada pelas atuações. Ainda nesse aspecto dos reforços estilística, a trilha musical e os efeitos sonoros enfatizam a ambiência e tornam-se pleonásticos em variados momentos.

Em *Chiquititas*, prevalecem os primeiros e primeiríssimos planos nas situações mais impactantes, como os momentos de conflito familiar e situações fatídicas ou melancólicas. O figurino é estereotipado com os uniformes, facilitando a identificação dos personagens, mas

ganha relevância quando contrastado com outros elementos da *mise-en-scène*, comunicando através da imagem antes do uso da verbalização, como no caso da cena do assalto. Alguns efeitos videográficos, como a montagem na passagem do Hino Nacional, parecem inicialmente minimizar a qualidade da obra, mas perdem destaque para o ufanismo – verdadeiro chamariz da cena em questão.

Já em *Cúmplices*, os primeiros e primeiríssimos planos nas discussões familiares, o *zoom in* no rosto do personagem envolvido em uma situação fatídica, a trilha sonora traduzindo por meio de canções e efeitos o que a imagem exhibe e a verbalização conduz, dentre outros aspectos observados na análise, configuram algumas características comuns às cenas que compõem a telenovela estudada. Outro fenômeno que chama a atenção é o uso do maravilhoso, do fantástico, do encantado, por intermédio da alegoria.

Por meio dessas análises, ficaram evidentes algumas passagens que parecem transcender a linearidade do discurso trivial e atingir um grau considerável de poeticidade. Em *Carrossel*, por exemplo, a maneira como é construída a situação de revolta de Maria Joaquina com a presença de Cirilo em sua festa, traz, pelo audiovisual, elementos como metáfora (as flores simbolizando o afeto que o menino gostaria de compartilhar) e metonímia (parte de uma situação global que envolve preconceito racial e de classe).

De forma similar, em *Chiquititas*, na cena da morte de Sofia, a construção que se faz com a iluminação, com as cores, com os enquadramentos e com a metáfora da cama vazia denotam a existência de fragmentos do poético. Para citar outro exemplo, os enquadramentos e as atuações na cena da morte de Orlando, em *Cúmplices*, reúnem simbologias, certa complexidade imagética que merecem uma atenção para além dos objetivos deste trabalho. São como farpas de poesia que penetram na epiderme corriqueira do discurso linear, são como “nuances poéticas” – fenômeno que aparenta render pesquisas e discussões futuras.

### 3 ANÁLISE DOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO DO SBT

Entendemos, enlaçados a Carmen Torres (2004), como programas de auditório “um tipo específico de produto televisivo que apresenta uma multiplicidade de assuntos e tipos de quadros que o tornam um verdadeiro *show* de variedades” (p. 62). Nas narrativas de programas de auditório, os episódios costumam ser unitários, autônomos e independentes entre si, embora conte com a figura de um mesmo apresentador conduzindo todas elas. A relevância do auditório é apresentada pela referida pesquisadora:

A presença do auditório coloca a relação público/apresentador como eixo central, em torno do qual se desenrolam todas as atrações e em função do qual tudo acontece no programa. O auditório garante uma maior proximidade entre a audiência – incluindo o auditório – e quem dirige o programa, o que induz a uma linguagem verbal coloquial, em tom informal. O apresentador se dirige às pessoas sempre de forma simples e direta, como se estivesse conversando com elas (TORRES, 2004, p. 63).

Conforme o procedimento metodológico descrito no primeiro capítulo, selecionamos para análise os quadros: *Rola ou Enrola?*, do programa *Eliana* (2009-presente); *Passa ou Repassa*, do programa *Domingo Legal* (1993-presente); e *Desafio da Máquina*, do *Máquina da Fama* (2013-2017).

#### 3.1 Narrativa e estilo no programa *Eliana*<sup>46</sup>

De acordo com estudos prévios (HERGESEL; FERRARAZ, 2018b), *Eliana* (2009-presente) é um programa de auditório que produz narrativas: é comum que existam quadros formados por narrativas completas, roteirizadas, fechadas e preparadas para exibir uma ocasião real, em uma espécie de perenização do cotidiano brasileiro. No entanto, também é comum que ocorram atrações movidas pela espontaneidade, sem acontecimentos pré-estabelecidos ou diálogos previsíveis, comunicadas de forma aberta, provocando surpresa no público e, supostamente, nos envolvidos diretamente no palco.

Esse modo de conduzir as ações, portanto, também pode ser enquadrado como narrativa; entretanto, diferentemente das fórmulas prontas, essas são narrativas em processo. A apresentadora, os convidados, a plateia, todos são personagens focalizados por câmeras que

---

<sup>46</sup> Este item serviu como base para artigo publicado em periódico científico (HERGESEL; FERRARAZ, 2018a).

ajudam a determinar tempo e espaço, guiados por diretores e produtores que os ajudam a construir seu próprio enredo.

### 3.1.1 Contextualizando o objeto

*Rola ou Enrola?* é um dos quadros responsáveis por compor o dominical *Eliana* (2009-presente) desde 30 de outubro de 2011<sup>47</sup>. Trata-se da versão brasileira de *Conveyor Belt of Love* (ou “esteira rolante do amor”, em tradução livre e literal), um programa de encontros – gênero denominado *dating show* – desenvolvido pela Endemol e focado na formação de casais que dizem querer um relacionamento sério. Exibido inicialmente na emissora norte-americana ABC, o produto recebe a seguinte sinopse da empresa criadora:

Em “Rola ou Enrola”, as protagonistas são cinco encantadoras mulheres, todas em busca de um grande amor. A cada programa, as cinco garotas sentam-se frente a uma esteira rolante que as apresenta um novo homem a cada minuto. Cada rapaz tem apenas 60 segundos para se apresentar e tentar impressionar as garotas da maneira que preferir: cantando, dançando, recitando uma poesia, etc. As mulheres então dizem se estão ou não interessadas naquele participante. Ao final do programa, cada garota deve ter escolhido um candidato, nem um a mais, nem a menos. Seus encontros serão filmados e veiculados no site do programa e no episódio seguinte. Cada candidato poderá aceitar apenas um convite para um encontro<sup>48</sup>.

Ao adaptar o produto (**Fig. 88 e 89**) para quadro de um programa de auditório – consequentemente, com a inserção de uma plateia e uma apresentadora – e colorir o cenário, destacando-se a esteira com tons mais claros e vibrantes, o SBT realizou uma alteração estilística (**Fig. 90, 91 e 92**). Essa mudança não ocorreu apenas no formato e no título – transformado em interrogativa direta composta, concomitantemente, por paronomásia e antítese, extrapolando a sonoridade e a lógica –, mas também no impacto cultural proposto pelo programa.

<sup>47</sup> Conforme publicado em *Eliana estreia o divertido quadro “Rola ou Enrola” neste domingo*, no site oficial do SBT, em 28 de outubro de 2011. Disponível em: <https://goo.gl/JEcb7o>. Acesso em: 13 mar. 2015.

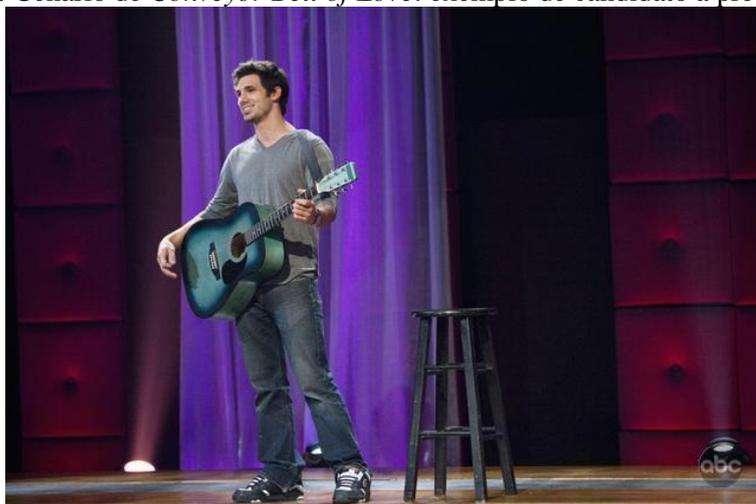
<sup>48</sup> EndemolShine Brasil. Disponível em: <https://goo.gl/By8U6t>. Acesso em: 15 fev. 2019.

**Fig. 88:** Cenário de *Conveyor Belt of Love*: as mulheres participantes.



Fonte: IMDb. Disponível em: <https://goo.gl/11W7dL>. Acesso em: 12 fev. 2019.

**Fig. 89:** Cenário de *Conveyor Belt of Love*: exemplo de candidato a pretendente.



Fonte: IMDb. Disponível em: <https://goo.gl/11W7dL>. Acesso em: 12 fev. 2019.

**Fig. 90:** Cenário do *Rola ou Enrola?*: as mulheres participantes, com a presença da plateia.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 91:** Cenário do *Rola ou Enrola?*: exemplo de candidato a pretendente.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 92:** Cenário do *Rola ou Enrola?*: a apresentadora interage com o convidado.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

No contexto dos *dating shows* brasileiros, as emissoras nacionais já exibiram formatos distintos, mercedores de pesquisas científicas. Nesse universo, podem-se listar alguns exemplos: *Em nome do amor* (SBT, 1994-2000), estudado por Ana Claudia Fernandes Gomes (2002); *Fica comigo* (MTV, 2000-2003), estudado por Rosângela Soares (2007); *Namoro na TV* (SBT, 1979-1987), *Xaveco* (SBT, 1997-2001) e *Namoro na TV e Etc.* (SBT, 2006-2007), estudados por Lúcia Maria Noya Muniz da Rocha Galvão & Débora César de Araújo Cavalcanti Duca (2010); além da discussão a respeito da liquefação dos sentimentos devido a esse gênero, incluindo os produtos *Vai dar namoro* (RecordTV, 2005-2018, com hiatos); *Beija sapo* (MTV, 2005-2007), *A fila anda* (MTV, 2006-2007), *LUV MTV* (MTV, 2011-2012), *Quer namorar comigo?* (SBT, 1992-1993), *Se rolar, rolou* (SBT, 1996) e o próprio *Rola ou enrola?* (SBT, 2011-2018, com hiatos), abordados pelo grupo de André Araújo da Silva (2012).

Tendo em mente uma audiência prioritariamente feminina, Silva et al. (2012, p. 3) dissertam que “os programas de namoro possuem um público cativo, tendo em vista a tradição de algumas emissoras manterem em sua grade de programação este tipo de produto durante

muitos anos”. A audiência se mantém fiel a esse formato, ao que parece, devido à manifestação de emoções por meio do audiovisual, isto é, a expressividade dos elementos sensíveis através da comunicação televisiva.

### 3.1.2 O *dating show* como narrativa

Às 18h06 de 15 de março de 2015 entra no ar, durante o programa *Eliana*, pelo SBT, um episódio inédito do *Rola ou Enrola?*. A data, por sua vez, foi marcante para a história brasileira contemporânea, visto que houve, em todas as regiões do país, aglomerados de manifestantes contra a corrupção e contra a gestão do Governo Federal da época<sup>49</sup>. Devido a esse fato, o programa *Eliana* foi interrompido, algumas vezes, pelos plantões do SBT, desconfigurando trechos da atração – como o quadro *Eliana visita*, previamente anunciado, mas não exibido.

No quadro *Rola ou Enrola?*, no entanto, acredita-se que não houve perdas significativas ou que viessem a comprometer as análises. Ao iniciar uma diegese com palmas da plateia – o que pode representar que o quadro estava sendo esperado e que, portanto, seria muito bem-vindo – a apresentadora faz a chamada inicial: “*Minha gente, o negócio tá sério. Segundo o IBGE, existem no Brasil 5 milhões de mulheres a mais do que homens...*”. Sua fala é interrompida, neste ponto, por um “irra” emitido pela sonoplastia. No instante seguinte, ela continua: “*Ou seja, não tá fácil pra ninguém. Começa agora: Rola ou Enrola?!?*”.

Apenas nessa introdução, é possível notar a presença de duas vozes, de dois discursos: um estatístico, pautado em números obtidos por pesquisas e índices geográficos; outro mais coloquial, com expressões-chavão e abreviações. A reação dada para a informação, acima de tudo, é traduzida pela interjeição emitida pelo sonoplasta: “irra”, neste caso, vem a ser um sinal de alerta para representar que a situação anda acirrada, disputada. Focando especificamente no trabalho com trilha sonora, discutido por Bordwell (2008) como elemento pertinente ao estilo no audiovisual, percebe-se, no objeto analisado, como a sonoplastia tem forte relevância na composição da narrativa, complementando, sempre que possível, a trama que se vem construindo.

---

<sup>49</sup> De acordo com matéria *Protestos contra a corrupção e o governo ocorreram em todas as regiões do Brasil*, divulgada pela EBC – Empresa Brasil de Comunicação, em 15 de março de 2015. Disponível em: <https://goo.gl/m4Rzus>. Acesso em: 22 mar. 2015.

Após anunciar o nome do quadro, a voz da apresentadora dá espaço à vinheta inicial, momento em que a câmera registra a logomarca do quadro no chão do palco – um círculo vermelho preenchido por um coração na parte de baixo e no qual está inscrito o nome do quadro, além de luzes em forma de estrela circulando em cima. Antes mesmo de a imagem da apresentadora voltar à cena, ela dá a ordem: “mulheres, podem entrar!”<sup>50</sup>.

Ao som de will.i.am (*featuring* Mick Jagger & Jennifer Lopez)<sup>51</sup>, entram as cinco participantes: Marcelle, Deisy, Camila, Carol e Kelly. Cada uma das garotas, já presentes em programas anteriores, sustenta uma personalidade peculiar: lasciva, intelectual, consumista, conservadora e liberal, respectivamente. Embora elas já sejam conhecidas do público e tragam uma plaquinha no peito informando seus nomes, a apresentadora os repete em voz alta, conforme elas vão aparecendo. A música eletrônica, de certa forma, traz um ar de festa, balada, fortalecendo a animação no palco. A plateia, em palmas ritmadas e gritos de “uh, uh, uh”, corrobora o sentimento de alegria e descontração. Novamente, nota-se a presença da sonoplastia, dessa vez com o apoio da música, incluída com o propósito de afetar o espectador – retomando Bordwell (2008, p. 29), por meio do estilo “somos afetados, mas não percebemos”.

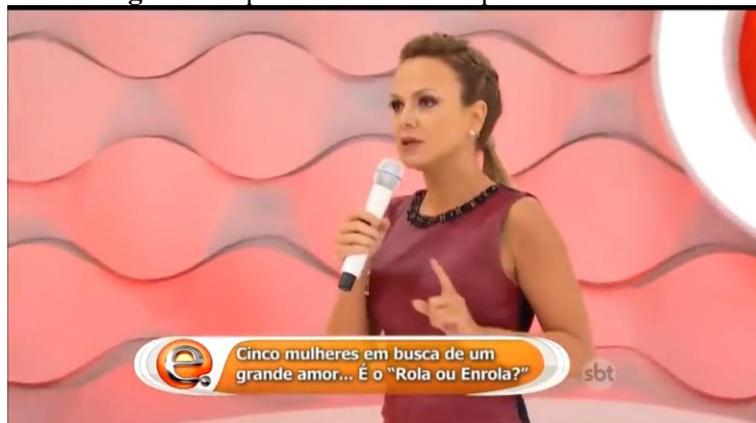
A apresentadora desce do pedestal em que se encontra e se dirige ao meio do palco para conversar com as moças (**Fig. 93 e 94**), indignada com o retorno delas – especialmente com o de Kelly, que, segundo a própria Eliana, havia escolhido um “bofe” (*ipsis verbis*) perfeito no programa anterior. Em seguida, a apresentadora chama o vídeo gravado com os pretendentes, que explicaram sua versão de por que o relacionamento não vingou. Como o pretendente de Deisy não aparece no vídeo, Eliana interroga a moça: “*ele não quis sair contigo?*”. Deisy tenta se explicar, mas é atropelada pela afirmação de Eliana, que evita os circunlóquios: “*ele não quis sair contigo*”. A plateia se expressa com “ih” e “ah”, enquanto a sonoplastia dispara o jargão “toma, distraída!”, seguida de risos eletrônicos.

Ainda durante esse momento de recepção, interação e preparo afetivo – o que podemos considerar como a exposição da narrativa – há a despreocupação em exibir alguns cinegrafistas na *mise-en-scène* (**Fig. 95**). Mais do que ressaltar a ideia de autoconsciência – isto é, de acordo com Bordwell (2005, p. 278), “o grau de reconhecimento, pela narração, de sua veiculação ao espectador” –, o audiovisual parece querer revelar ao público como as encenações são registradas até serem difundidas para cada televisor.

<sup>50</sup> Existem estudos, como os de Maria Thereza Fraga Rocco (1989), sobre o uso de uma gramática autoritária nos programas do SBT, sobretudo quando liderados por Silvio Santos. Visto que este não parece ter sido o propósito da apresentadora, optou-se por não aprofundar o assunto.

<sup>51</sup> will.i.am. *T.H.E.* Disponível em: <https://goo.gl/CGP4Cm>. Acesso em: 15 mar. 2015.

**Fig. 93:** A apresentadora sai do posicionamento.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 94:** A apresentadora interage no palco com as participantes.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 95:** Os cinegrafistas aparecem na *mise-en-scène*.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Com feição de indignada, a apresentadora chama o *videotape* do encontro entre Kelly e o rapaz que a participante havia escolhido. Ambos foram passear no zoológico, onde o rapaz iria mostrar à moça o que ele denominou “pegada do macaco”. Outros trocadilhos surgem ao

longo do vídeo: “*“você tá de fralda? Bundão!”*; “*eles [os flamingos] têm a perna bem fininha, né? Parecem com as suas!*”; “*você acha o gato do mato mais bonito que o gato da cidade?*”. Volta a imagem do palco e a apresentadora conversa brevemente com Kelly antes de chamar o primeiro candidato. A constituição do humor, que ressurgue em vários pontos da narrativa, é, segundo Urbano Zilles (2003), não só uma relação estabelecida com o cômico, o grotesco, o burlesco, o irônico, o sarcástico, mas também diz respeito à excentricidade, à ludicidade – como se torna possível averiguar no programa analisado.

Apenas nessa parte, já é possível notar a intimidade que se estabelece entre narradora (Eliana) e personagens (participantes), bem como entre a narrativa criada e os possíveis leitores: o público (em casa) é convidado a participar da vida pessoal das garotas, podendo, sobretudo, palpitar, sendo suscetível ou não às reações da plateia, que, comunicando-se apenas por gritos e onomatopeias, consegue atuar como deuteragonista dessa narrativa, colaborando para realçar o comportamento que se espera do telespectador diante das situações. Resgatando as ideias de Rafael Barbosa Fialho Martins (2016), o autor destaca como as produções do SBT costumam privilegiar seu público, sempre colocando o povo à frente de seus protagonistas, criando a ilusão de que são os espectadores que comandam a atração. O jogo audiovisual que torna umbilicadas iluminação e trilha musical demarca o contexto que o programa aparentemente pretende transmitir: arrumar namorado, por mais complexo que possa parecer, também pode ser divertido.

O primeiro candidato, então, entra na esteira. Chama-se José Alberto e é colombiano. Com uma máscara de Ricky Martin, o rapaz, que mal consegue se expressar em português e faz uma breve apresentação arriscando-se no portunhol, usa seus 60 segundos para dançar ao som de *Living la vida loca*. Relembrando Simone Maria Rocha (2016), a autora comenta sobre a impregnação de fenômenos comuns à cultura latina nos programas do SBT – emissora que, embora pertença à América Latina, está conceituada no modo brasileiro de se fazer televisão. Muita palma ritmada; muito barulho de interjeições; muita luz piscando (**Fig. 96**); apresentadora dançando ao lado do púlpito (**Fig. 97**); e plateia dançando ao fundo (**Fig. 98**). O rapaz, no centro do palco, exibido em plano médio, torna-se um mero figurante na cena, que é composta principalmente pelo que está ao seu redor; mesmo assim, ele é a estrela da vez até que seu tempo de apresentação se esgote.

**Fig. 96:** Luzes piscam e transitam no chão, enquanto o convidado se apresenta.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 97:** A apresentadora dança, ao lado de seu púlpito.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 98:** A plateia se movimenta, ao fundo, no ritmo da música.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Em contraponto, o gerador de caracteres (GC) estampa, com um trocadilho, a interrogativa: “será que alguém vai aceitar o convite para viver a ‘vida loca’?”. Novamente, o telespectador é convidado a participar do enredo, torcer para que o rapaz seja ou não escolhido por uma das garotas. Visto que é esperado que o candidato seja um anônimo, não acostumado

a se portar diante da câmera, a apresentadora conversa com ele, brincando com sua atuação no palco, fazendo piadas, rindo e procurando entender mais sobre o seu perfil pessoal, familiar e profissional.

Silvia Maria Sousa (2011) repara nesse tipo de comportamento no programa *Roda a roda*, também do SBT, em que Silvio Santos, na tentativa de aliviar a adrenalina dos concorrentes – que estão, a maioria, pela primeira vez em rede nacional –, estabelece uma conexão paralela àquilo que estaria previsto no roteiro do programa. Outro fator mencionado aqui, também defendido por Sousa (2011) a respeito dos programas de Silvio Santos, é a relevância dada ao outro – no caso, o público telespectador. Este não é apenas um leitor passivo do texto midiático que se desenrola, mas convidado a acreditar que pode ajudar no desenvolvimento da história, o que lhe gera a ilusão de ser um coprodutor, um colaborador a distância do programa *Eliana*.

Notando que o candidato ainda está usando a máscara, Eliana lança uma indireta para a plateia, alegando que seria interessante que ele tirasse o acessório. A plateia, portanto, grita eufórica: “*Tira! Tira! Tira!*” – e deduz-se que o telespectador também estaria desejando isso. Com o rosto revelado e a conversa com a apresentadora encerrada, o candidato é colocado sob a pressão do interrogatório feito pelas participantes. Camila é a primeira a perguntar e deseja saber se ele “*se identifica com o Ricky Martin em tudo*”. A sonoplastia se encarrega de inserir um gritinho já considerado uma marca estereotipada para caracterizar o homem gay. Ele responde que apenas dança como o cantor, e Deisy entra em um novo assunto: o fato de já ter morado na Colômbia por um ano e conhecer muitas coisas do país. Eliana a interrompe com o questionamento: “*Quem?*”, ao que Deisy responde: “*Eu*”, e é replicada pelo trocadilho de Eliana: “*Quem... perguntou?!*”. A sonoplastia emite um som de soco, seguido de grito de dor, relincho e risada. Risos no palco, aplausos na plateia e, mais uma vez, o objetivo do programa é deixado de lado para dar espaço à comicidade.

Retomando o foco, Eliana pede para as garotas mostrarem suas placas. Quatro optam por “*Tô fora!*”, incluindo Deisy e Camila, que, anteriormente, mostraram-se interessadas. A única a mostrar “*Eu quero*” é Carol, que se manteve “*quietinha, mas quer*”, nas palavras da apresentadora. A plateia, exibida novamente em plano conjunto, cantarola, em palmas ritmadas: “*Vai, Carol!*”, colocando os ombros para a frente e retraindo-os, repetidas vezes, até que a moça se levante, cole um adesivo com seu nome no candidato e volte ao seu lugar. O rapaz escolhido se retira para a lateral do palco, onde há um pedestal com o nome das cinco participantes; ele se posiciona em cima do nome “*Carolina*”.

Eliana chama o candidato seguinte e o processo se repete: exibição pessoal de um minuto, conversa com a apresentadora, interrogatório com as garotas, momento da escolha – tudo feito com muito brilho, muito berro, muito riso, muito desvio de foco, muitos fatores determinantes de alto-astrol bastante elevado. Os candidatos, por sua vez, exibem-se nos trajes mais amalucados imagináveis: Gabriel, por exemplo, aparece vestido de bebê (apenas de touca, babador, fralda e chinelos) e, além de falar com voz fina, imita trejeitos homossexuais. Após sua atuação, todavia, Eliana anuncia a presença do Curinga – figura que será focalizada mais adiante –, com o qual conversa em vários momentos do programa. Com a chegada do terceiro candidato, contudo, há a inclusão de um outro personagem na narrativa.

Lucas é o terceiro candidato e chega vestido como mágico. Traz nas mãos uma cartola da qual tira presentes para as meninas: um gel redutor de gordura localizada para a Marcelle; um par de chinelos para a Deisy (chamando-a, equivocadamente, de Denise); um contrato de separação de bens para a Camila; um bilhete de *spa day* para a Carol dar de presente à mãe e deixá-los sozinhos; e um vale-rodízio para a Kelly, com direito a espeto de picanha e muita linguiça. O duplo sentido, aliás, presente em muitos momentos do quadro, é um fenômeno fundamental para a consolidação da comicidade.

Na conversa que Eliana estabelece com o rapaz, ela pergunta se ele também dança; em resposta, ele diz que é funkeiro e íntimo do sertanejo. Ao som de um funk, seguido de Macarena, ele requebra no centro do palco, mas logo é interrompido por Eliana, que critica o remelexo. As participantes, em defesa do rapaz, alegam que o blazer está atrapalhando e o induzem a tirar a camisa. A plateia, novamente, grita eufórica: “*Tira! Tira! Tira!*”. A sonoplastia complementa a cena com sirenes de bombeiro. Uma música sensual ganha espaço e Lucas faz charme para tirar a roupa (**Fig. 99**); ao começar a desabotoar a camisa, no entanto, Eliana berra o bordão que já se consagrou no programa: “*Chama o Bombeiro!*”, prezando pelo alongamento no último “o” e insinuando urgência, desespero. Aparece, então, o Bombeiro (**Fig. 100**).

**Fig. 99:** Participante ameaça tirar a camisa no palco.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 100:** O personagem Bombeiro entra em cena.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

O personagem Bombeiro é a representação da virilidade, o símbolo da masculinidade e do encanto aos olhos femininos. Quando a apresentadora grita o bordão “*chama o Bombeiro!*”, as mulheres da plateia se ensandecem com o rapaz musculoso e fardado que entra com um extintor na mão e ao som de um funk, cuja letra se resume à repetição de: “*chama o bombeiro! Tá com fogo na frente, fogo no bumbum*”<sup>52</sup>. Ele brinca com as participantes, com o auditório e com a própria apresentadora, borrifando uma porção de pó químico nos presentes.

Não se trata de um profissional credenciado, que visa realmente ao combate de incêndios, mas de Brunno Camargo, modelo contratado unicamente para essa função. Embora ele componha o *Rola ou Enrola?*, não é exclusivo desse quadro: às vezes, o Bombeiro também aparece no quadro *Rede da Fama* e em outros momentos em que a estética corporal de um indivíduo (normalmente do sexo masculino) acarreta ânimo intensivo nos corpos alheios

<sup>52</sup> MC K9. *Chama o bombeiro*. Disponível em: <https://goo.gl/Z6PiQo>. Acesso em: 15 mar. 2015.

(geralmente do sexo feminino). O Bombeiro é invocado na tentativa metafórica de “apagar o fogo” daquelas que estão exaltadas.

Fazendo um breve levantamento sobre a carreira artística de Brunno, descobre-se algumas curiosidades: o modelo, que foi vencedor do I Concurso Nacional de Strippers, também estampou a capa da 172ª edição da revista *G Magazine*, voltada ao público homossexual masculino<sup>53</sup>. Além disso, o modelo ainda é garoto-propaganda da campanha *Perturbe, por favor*, da marca 269 Chilli Pepper Single Hotel<sup>54</sup>, estabelecimento equipado com saunas, piscinas e bar para atender apenas a clientes do sexo masculino – em sua notável maioria, que têm interesse sexual em outros homens.

O personagem do Bombeiro entra outras duas vezes no episódio do *Rola ou Enrola?* analisado; uma delas é quase no final do programa, quando o Curinga é revelado. Inspirado na carta de baralho de mesmo nome, cuja função é atribuída de diferentes maneiras, dependendo do jogo, o Curinga é um personagem transformativo, visto que sua imagem se renova a cada programa. Trata-se de um candidato “extra”, que fica posicionado durante todo o tempo de duração do quadro atrás de um biombo (**Fig. 101**), respondendo às perguntas feitas por Eliana e pelas cinco participantes. Ninguém vê nada além de sua silhueta, sendo ele conhecido somente pela sua sombra, pela voz e pelas respostas que forneceu ao longo do episódio. Ao final do programa, quando os candidatos da esteira se esgotaram, a apresentadora pede para as participantes levantarem a placa, mostrando quem quer trocar o homem que já escolheu pelo Curinga.

**Fig. 101:** O personagem Curinga é apresentado.



Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

<sup>53</sup> Segundo publicação *A edição 172 da revista G já está nas bancas*, do blog Sertânia Vip, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/1vwZPv>. Acesso em: 15 mar. 2015

<sup>54</sup> *Perturbe, por favor* (2014). Disponível em: <https://goo.gl/U74SFv>. Acesso em: 15 mar. 2015.

No recorte analisado, o Curinga é focalizado nos dez minutos finais. A conversa, nesse momento, inicia-se com a pergunta de Eliana: “*Você tá a fim de namorar sério ou tá a fim só de ficar?*”, para a qual segue a resposta: “*Eu quero namorar sério. Cansei dessa vida de bagunça. Eu quero uma pessoa bacana*”. Outras perguntas são feitas sobre fidelidade, definição de personalidade e filosofia de vida, recebendo comentários – defensivos e agressivos – das cinco participantes. Ainda sem que elas tenham visto o rapaz, Eliana pede para que mostrem suas placas. Marcelle, Deisy e Camila exibem a frase “*Eu quero*”, dispostas a trocar pelo Curinga o candidato que já tinham escolhido. A plateia grita em tom de surpresa, e Carol e Kelly são interrogadas sobre os motivos que as levaram a tomar a decisão de não querer trocar.

Após a justificativa das moças, Eliana convida o Curinga a se dirigir ao palco. Ao rasgar o tecido que envolve o biombo, a plateia berra em exaltação devido à beleza física do rapaz, que desfila ao som de Ne-Yo (*featuring Juicy J*)<sup>55</sup> (**Fig. 102**). Seu nome é revelado: Dyego. Como ele havia informado anteriormente que não admira garotas de pés feios, as três participantes que o escolheram são convidadas a mostrar seus pés. No final, Dyego escolhe Marcelle, que comemora, levanta-se para colar o adesivo no rapaz e aproveita para beijá-lo, também com *She knows* como trilha sonora.

Diante do beijo de língua protagonizado pelo casal (**Fig. 103**), a plateia grita, sirenes disparam, e Eliana, tentando esconder a cena com o próprio corpo, chama novamente o Bombeiro. A música de Ne-Yo é interrompida e o funk de MC K9 ocupa o espaço. O Bombeiro entra pela esteira, dispara o extintor em cima de Marcelle e do Curinga e corre pelo palco borrifando pó químico, enquanto o auditório grita, as luzes balançam, a sonoplastia emite algumas interjeições, a câmera tenta registrar o Bombeiro e o Curinga intercaladamente, e a amálgama de elementos surgidos ao longo da narrativa consolida o momento, que, por isso, pode ser compreendido como clímax.

---

<sup>55</sup> Ne-Yo. *She knows*. Disponível em: <https://goo.gl/szr7Eh>. Acesso em 22 mar. 2015.

**Fig. 102:** O personagem Curinga é revelado.

Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 103:** Marcele e Dyego se beijam.

Fonte: Programa Eliana (15/03/2015). Direção de Ariel Jacobowitz. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Por fim, ao som de will.i.am, Eliana se despede dos casais formados: Marcelle e Dyego (Curinga), Deisy e Bruno, Camila e Leonardo, Carol e Lucas, Kelly e Edson. Um a um, eles sobem na esteira, que se movimenta levando-os para fora de cena. Eliana então informa: “*Esse foi o nosso Rola ou enrola?!*”, evidenciando o pronome “nosso” e incluindo o público como parte do processo. Em seguida faz os agradecimentos: “*Obrigada pela sua audiência. Obrigada pelo seu carinho. Fica com Deus. Beijo na família e até semana que vem*”. Entra a música temática<sup>56</sup> do programa e Eliana se despede: “*Tchau, gente. Valeu!*”. O enquadramento se abre em câmera baixa e registra, em plano geral, Eliana, o cenário como um todo e parte dos profissionais responsáveis pela execução do programa.

<sup>56</sup> Eliana. *Abertura*. Disponível em: <https://goo.gl/eWq5gP>. Acesso em: 22 mar. 2015.

### 3.2 Narrativa e estilo no *Domingo Legal*<sup>57</sup>

Com base nos estudos prévios (HERGESEL; FERRARAZ, 2018b), o *Domingo Legal* está em exibição no SBT desde 17 de janeiro de 1993. O formato foi criado por Roberto Manzoni, popularmente conhecido como “Magrão”, e dirigido por ele mesmo até 26 de abril de 2016, quando pediu um período sabático<sup>58</sup>. O programa, cuja direção geral foi assumida por Rubens Gargalaca Jr. desde maio do respectivo ano, deixou sua marca na história da televisão brasileira ao atingir o número de mil programas em 10 de março de 2013<sup>59</sup>.

Apresentado por Celso Portioli desde 2009 (inicialmente era comandado por Gugu Liberato), o programa teve o *Viva a Noite*, programa musical dos anos 1980, como fonte de inspiração. Nas palavras do criador: “Nossa missão era desenvolver uma novidade para ser gravada no sábado e entrar no ar no domingo. O problema é que Silvio Santos nos avisou dessa tarefa na quarta-feira! [...] o que fizemos foi uma versão do *Viva a Noite* [...]” (MANZONI, 2005, p. 87).

O *Domingo Legal* surgiu dentro do *Programa Silvio Santos* como uma atração focada nos *game shows*. Quadros como *Cidade contra Cidade*, *Passa ou Repassa*, *Corrida Maluca*, *Prova do Tato*, *Prova do Bicho*, *Banheira do Gugu* marcaram os domingos dos anos 1990 no SBT e atingiram picos de 47 pontos de audiência no IBOPE – quando da cobertura da morte dos membros dos Mamonas Assassinas, banda sempre presente no programa. Conforme registros da imprensa:

Com vídeos relembrando a trajetória da banda, informantes ao vivo no palco e também no local do acidente e até a presença da Mãe Dinah que disse ter previsto a tragédia, o dominical, que dedicou praticamente toda a sua edição à cobertura da morte do grupo, registrou nada mais nada menos que 37 pontos de média e 47 de pico. No horário, a Globo registrou apenas 13 pontos. A audiência foi explosiva, feito que é marcado até hoje no SBT, pois os índices registrados naquele domingo, estão entre as maiores audiências da história da emissora<sup>60</sup>.

<sup>57</sup> Este item serviu como base para artigo publicado em periódico científico (HERGESEL; FERRARAZ, 2017b).

<sup>58</sup> De acordo com a matéria *Roberto Manzoni pede período sabático e deixa direção de programas no SBT*, de *Fabício Falchetti* para o site NaTelinha, em 26 de abril de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/mQgynd>. Acesso em: 09 dez. 2016.

<sup>59</sup> Segundo o site oficial da emissora. Disponível em: <https://goo.gl/m2AaZN>. Acesso em: 12 fev. 2019.

<sup>60</sup> Conforme “Lembra Dessa?” “Domingo Legal” faz cobertura da morte dos Mamonas Assassinas em 1996, de Renan Santos para o TV Foco, em 23 de agosto de 2014. Disponível em: <https://goo.gl/cqQoeH>. Acesso em: 21 dez. 2016.

Uma situação marcante e frequentemente lembrada pela imprensa – e revisitada inclusive na esfera acadêmica – foi o ocorrido em 2003, quando Gugu supostamente entrevistou membros do PCC (Primeiro Comando Central), facção criminosa que age em São Paulo. Após descoberta a farsa e interrogatórios na Delegacia de Polícia, a Justiça proibiu a exibição do *Domingo Legal* por algumas semanas<sup>61</sup>, fazendo com que o SBT reprisasse outros programas de seu acervo

Após esse episódio, o programa caiu no descrédito e passou a apelar para o sensacionalismo, explorando o assistencialismo e o realismo da classe baixa, a fim de recuperar sua audiência. Criaram-se, assim, quadros como *De volta pra minha terra*, *Sentindo na pele*, *Aconteceu comigo*, *Construindo um Sonho*, além de constantes interações jornalísticas. O sucesso, no entanto, não foi recuperado<sup>62</sup> – e a média geral de audiência do programa em 2006, por exemplo, foi de apenas 12 pontos.

Com a saída de Gugu e a entrada de Celso Portioli, em 12 de julho de 2009, o programa sofreu diversas modificações, especialmente em seu horário de exibição. Sendo exibido, em 2019, das 13h às 15h, o programa mescla o que experimentou ao longo de seus anos: desde competições entre equipes e apresentações musicais a recortes de jornalismo e produções de caráter social. Ainda que não conquiste mais os louros do passado, sustenta-se sempre acima da média de audiência do SBT, que é de 5 pontos no IBOPE.

### 3.2.1 Contextualizando o objeto

Presente quase todas as semanas no *Domingo Legal* desde 2013, o quadro *Passa ou Repassa* estreou no SBT em 1987, como uma atração do *Programa Silvio Santos* e intitulado *Passe ou Repasse*. Na chamada de estreia<sup>63</sup>, entre imagens de Silvio Santos irreverente, o locutor anuncia: “*Vamos nos divertir nesta sensacional estreia, que tem a participação direta da alegria do nosso lar, que é a criança. A criança competindo com maravilhosas brincadeiras no palco*”. Depois, conclui: “*Vamos todos juntos, neste domingo, passar momentos de muita alegria com a estreia de Passe ou Repasse*”.

<sup>61</sup> De acordo com *Justiça mantém suspensão do programa “Domingo Legal”*, matéria da **Folha de São Paulo**, em 21 de setembro de 2003. Disponível em: <https://goo.gl/KaDjFw>. Acesso em: 21 dez. 2016.

<sup>62</sup> Segundo *Em queda desde caso PCC, Gugu tenta subir ibope com jornalismo*, do **FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação**, em 24 de janeiro de 2007. Disponível em: <https://goo.gl/9td0nl>. Acesso em: 21 dez. 2016.

<sup>63</sup> Programa Silvio Santos | Chamadas (1987). **YouTube**: PEGADINHAS & ETC - THE ORIGINAL CHANNEL!, 19 ago. 2012. Disponível em: <https://goo.gl/8oodAV>. Acesso em: 12 abr. 2016.

Nessa fase inicial<sup>64</sup>, duas duplas de crianças (representando suas respectivas escolas), sob a animação de Silvio Santos, participavam de várias provas e, ao passo em que conseguiam concluí-las, acumulavam prêmios, que a equipe ganhadora levaria para casa. Eram em geral: jogos de tabuleiro, rádios de pilha, relógios de pulso, painéis de pressão, gravadores, máquinas de escrever, videogames e bicicletas. A atração era sustentada pelo bordão: “*Quando a cabeça não pensa, o corpo padece*”.

No ano seguinte, em 1988, a atração passou a ser apresentada por Gugu, ainda dentro do *Programa Silvio Santos*. Após 1990, o formato ganhou a brincadeira da *Torta na Cara* e, em 1993, passou a integrar, pela primeira vez, o programa *Domingo Legal*<sup>65</sup>. Em 1995, o *Passa ou Repassa* se tornou um programa independente e passou a ser exibido de segunda a sexta, comandado por Angélica<sup>66</sup>. Em 1996, no entanto, com a ida da apresentadora para a Rede Globo, o programa passou a ser conduzido por Celso Portioli<sup>67</sup>.

Em 2000, o programa saiu do ar por decisão da direção artística da emissora, mas retornou com reprises em 2004<sup>68</sup>. Depois de alguns anos de hiato, a atração voltou como quadro do *Domingo Legal* em 2013<sup>69</sup>, ainda sob apresentação de Celso Portioli. Inicialmente, o produto era feito com escolas e gravação prévia (como nos anos 1990), mantendo as mesmas provas e a mesma estrutura; no entanto, o formato foi logo adaptado para o programa ao vivo e passou a ser realizado no palco, com celebridades e, muitas vezes, entrelaçando outros quadros.

Devido ao fato de o material ser extenso – ao se considerar uma média de 1h 30min por semana em que foi ao ar, o *Passa ou Repassa* totalizaria mais de 70 horas de conteúdo audiovisual somente em um ano – escolheu-se um recorte: o programa exibido em 21 de junho de 2015. Essa opção foi selecionada tendo em vista o fato de que, nesse dia, o programa atingiu a liderança de audiência em alguns momentos<sup>70</sup>.

Com atores do próprio SBT, mais especificamente da novela *Carrossel*, duas equipes (azul e amarela) disputaram as provas de 21 de junho de 2015. No time amarelo, participaram

---

<sup>64</sup> Passa ou Repassa com Silvio Santos. **YouTube**: Página do Silvio Santos, 31 ago. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/bUZ129>. Acesso em: 12 abr. 2016.

<sup>65</sup> Passa ou Repassa com Gugu. **YouTube**: Passa ou Repassa, Playlist, 5 mar. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/2vrKGD>. Acesso em: 12 abr. 2016.

<sup>66</sup> Passa ou Repassa com Angélica. **YouTube**: Passa ou Repassa, Playlist, 5 mar. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/OAl1qr>. Acesso em: 12 abr. 2016.

<sup>67</sup> Passa ou Repassa com Celso Portioli (de 1996 a 1999). **YouTube**: Passa ou Repassa, Playlist, 7 mar. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/g2WqXi>. Acesso em: 12 abr. 2016.

<sup>68</sup> Passa ou Repassa com Celso Portioli (2000). **YouTube**: Passa ou Repassa, Playlist, 14 mar. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/EiTRUa>. Acesso em: 12 abr. 2016.

<sup>69</sup> Passa ou Repassa com Celso Portioli (2013-2016). **YouTube**: Passa ou Repassa, Playlist, 14 mar. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/7xqose>. Acesso em: 12 abr. 2016.

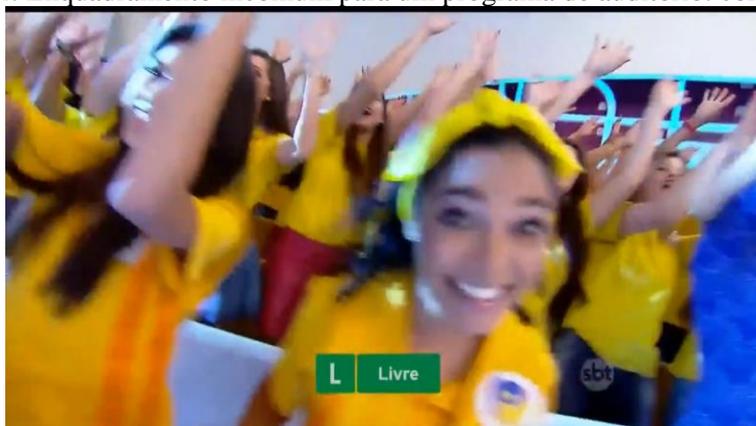
<sup>70</sup> Conforme publicação “*Domingo Legal*” marca ótima audiência e alcança a liderança, de Vitor Peccoli para o **TV Foco**, em 22 junho de 2015. Disponível em: <https://goo.gl/1brYNe>. Acesso em: 21 dez. 2016.

Jean Paulo Campos, Fernanda Concon, Gustavo Daneluz e Márcia de Oliveira; no time azul, Nicholas Torres, Konstantino Atanassopolus, Ana Vitória Zimmermann e Henrique Stroeter. O quadro se iniciou às 11 horas e teve duração média de três horas, se considerados os intervalos e *merchandisings*.

### 3.2.2 O *game show* como narrativa

Ao som de uma música festiva, aplausos, vibrações e encenações de entusiasmo, o início, com a câmera panorâmica em movimentação ondeada, frisa, em primeiro plano, cada participante, além de algumas pessoas da plateia (**Fig. 104 e 105**). A câmera parece brincar com a *mise-en-scène*, e as personalidades, enquanto agentes da narrativa, brincam com a câmera. Estabelece-se um clima de *game show* e assume-se a autoconsciência, que, como já mencionado, é “o grau de reconhecimento, pela narração, de sua veiculação ao espectador” (BORDWELL, 2005, p. 278).

**Fig. 104:** Enquadramento incomum para um programa de auditório: convidados.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 105:** Enquadramento incomum para um programa de auditório: plateia.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Assim que a câmera se torna fixa, ela registra o apresentador frontalmente, em primeiro plano. Celso Portioli, com sua camisa de manga três quartos e sorrindo entusiasticamente, pergunta ao público de casa se está com frio; numa tentativa de multiplicidade, compartilha a informação de que o inverno tem início naquele dia. Em diálogo com Calvino (1990), entende-se a multiplicidade como a preocupação em atingir a intelectualidade de para quem se dirige, ou seja, transmitir novas informações ou conhecimentos gerais por meio da narrativa, fazendo com que o produto de entretenimento possa ser visto, sobretudo, como texto de informação, de onde o espectador poderá absorver certo conteúdo didático.

O prazer estilístico em sua fala ocorre a seguir, quando ele cria um trocadilho, dizendo que o programa “vai pegar fogo”, sugerindo uma antítese provocativa de humor. No caso, “frio” e “inverno” são usados em seu sentido denotativo, mas “fogo” ganha uma conotação, o que, se relembado o seu sentido denotativo, cria um jogo de palavras com a denotação apresentada previamente. Comenta-se, ainda, que antítese é a figura de pensamento responsável pela “aproximação de ideias opostas em elementos distintos” (HERGESEL, 2015b, p. 157). No caso, “frio”/“inverno” e “fogo” são os elementos contrastantes.

Enquanto a turma de *Carrossel* é apresentada (pelo nome dos personagens da novela em vez do nome verdadeiro dos atores), o enquadramento ocorre em plano de conjunto. Celso inclui na sua fala a explicação de que, na última participação do elenco no quadro, o programa se encerrou sem que eles conseguissem terminar as atividades e, por isso, retornaram – desta vez, organizados para seguir até o fim. Enfatiza, também, que está ao vivo, reforçando a imagem trazida no canto inferior direito da tela, do logotipo da emissora com os dizeres indicadores de que a exibição estava acontecendo em tempo real.

Os participantes, então, competem entre si na *Prova do Tato*, cujo objetivo consiste em descobrir os objetos, tateando-os com os pés. Aqui já se mostra a relevância dos *deadlines* para o desenrolar da atração – as provas dependem da contagem regressiva ou da luta contra o tempo, o que suscita o sentimento de torcida (**Fig. 106**). *Deadline*, por sua vez, é entendido como o elemento narrativo que “demonstra a força da estrutura em definir a duração dramática como o tempo que se gasta para alcançar ou deixar de alcançar um objetivo” (BORDWELL, 2005, p. 280). Para Thompson (2003, p. xi), o uso de indicadores temporais é uma técnica que o cinema clássico e a televisão compartilham. Embora ambos os autores estejam se referindo ao cinema clássico hollywoodiano e à ficção televisiva, respectivamente, notamos como esse artifício é eficaz para despertar a expectativa nos *game shows*.

Durante a prova, enquanto os contrarregras – que atuam diante das câmeras, como assistentes de palco (**Fig. 107**) – organizam a brincadeira, Celso dirige-se para uma tenda posicionada num canto do estúdio (**Fig. 108**). A câmera busca o objeto e, focalizando-o, cria-se um questionamento sobre o que haveria debaixo do tecido preto. Essa situação de suspense é retomada durante alguns momentos do programa, induzindo o interesse do espectador para uma matéria que estaria por vir e caracterizando a tenda como o *motif* dessa narrativa. *Motif*, para Thompson (2003, p. 25), é um elemento emblemático que levará à construção de uma ideia importante – um recurso comum da ficção, mas que, neste caso, funciona se realocando em outro contexto.

**Fig. 106:** O *deadline* como recurso narrativo do *game-show*.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 107:** Os contrarregras, uniformizados como o time, aparecem na *mise-en-scène*.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 108:** O *motif* como recurso narrativo do *game-show*.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Situações que não interferem diretamente no eixo narrativo são constantes, suscitando a lembrança de que se trata de um programa de auditório. Em determinados momentos, por exemplo, o apresentador abre espaço para os artistas divulgarem seus trabalhos fora da emissora. Também é comum destinar beijos e abraços a quem está em casa – neste recorte, destaca-se o momento em que Portioli declara seu amor a uma fã e diz que ela e o “pessoal da internet” (ou seja, os sbtistas, membros de fã-clubes criados por quem é apaixonado pela emissora) devem ser trazidos ao programa, porque ele gosta muito de todos.

Outras formas de interação com o público estão presentes, seja diretamente com a plateia, seja com o telespectador a distância. Durante a *Prova do Paladar*, por exemplo, Portioli oferece o pudim utilizado na brincadeira para as moças do auditório (**Fig. 109**); algumas moças são, inclusive, convidadas a participar da prova e pontuar para a equipe para a qual estão torcendo. Já quem está em casa é convidado a participar de uma enquete, palpitando via SMS sobre qual será o time vencedor (**Fig. 110**), além de poder usar a *hashtag* #DomingoLegal no Twitter e esperar para ter seu perfil divulgado no gerador de caracteres.

**Fig. 109:** Celso Portioli oferece pudim a uma moça do auditório.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

**Fig. 110:** O telespectador é convidado a participar do programa, por SMS.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Um fato curioso sobre o *Domingo Legal* é a invasão do diretor na *mise-en-scène*, ainda que seja somente por meio de sua voz. Em determinados momentos, Portioli pergunta a Magrão sobre o empenho dos participantes, sobre possíveis relações do *motif* com o quadro, sobre dúvidas a respeito da prova ou da pergunta – e é respondido com normalidade. O diretor, no entanto, não é a única figura *off* a participar da cena: uma auxiliar de limpeza é trazida ao palco e, enquanto limpa a sujeira resultada de uma prova, é focalizada pela câmera e pela fala do apresentador (**Fig. 111**).

**Fig. 111:** A auxiliar de limpeza aparece na *mise-en-scène*.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

A presença de ganchos de diálogo – isto é, uma deixa no fim de um discurso para produzir o discurso seguinte (THOMPSON, 2003, p. 24) – também é evidente. Após o uso de carolinas pela *Prova do Paladar*, o apresentador aproveita os doces para contar a história de uma mãe que vende brigadeiros na rua para sustentar os filhos – e informa que ela e a família estarão no palco e terão surpresas. Em outro momento, Celso toma como base o nome de

Konstantino, de origem grega, para anunciar que gravou matérias no exterior, em especial nos Emirados Árabes, para serem veiculadas nos próximos programas.

Outras formas de gancho são os comentários que Portioli faz sobre a participação dos atores em outros programas, elaborando, de certa forma, uma espécie de propaganda para os outros produtos da emissora. Quando Nicholas Torres vai participar de uma das provas, por exemplo, o apresentador diz que o viu no *Programa Eliana* e pede uma demonstração de seu talento como cantor. Após uma breve cantoria, Portioli aproveita o tema “música” para avisar que o cantor Biel estará no programa – notícia à qual o auditório é convidado a reagir com euforia.

Gancho maior, contudo, ocorre com as idas aos comerciais e *merchandisings*. A fim de manter a audiência ligada no programa, os intervalos só entram após o informe de uma prova a ser realizada e antes de sua realização – ou seja, é necessário aguardar a volta dos anúncios publicitários para saber se a equipe obteve êxito na execução da atividade. Quando é necessário, no entanto, encontrar uma forma de preencher a narrativa enquanto se aguarda a preparação de uma prova, surgem informações aleatórias, como o provável tratamento de beleza feito pela assistente de palco Diana, que é trazida em primeiro plano para agradecer o elogio.

Voltando à linha de enredo principal, após a *Prova do Paladar*, é anunciada a *Prova do Bicho*, na qual o participante tateia, com as mãos, brinquedos de pelúcia para adivinhar que animal é. Surge, pela primeira vez, o enquadramento em câmera alta para registrar alguns momentos da prova (**Fig. 112**). Os enquadramentos, por sua vez, não são muito experimentais: no jogo de perguntas e respostas, predomina o plano de meia figura, com foco no apresentador quando do enunciado e na equipe quando da resposta. Se a resposta é acertada, outrossim, geralmente entra uma canção relacionada ao tema da pergunta.

**Fig. 112:** Momentos da Prova do Bicho são registrados em plongê.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Entre uma determinada pergunta e outra, Portiolti paralisa a fábula da micronarrativa em andamento para antecipar o quadro (ou micronarrativa) seguinte: a senhora que vende brigadeiros. Enquanto ele fala, a tela é dividida ao meio: de um lado, é exibido um *print screen* da matéria veiculada pelo portal da revista *Veja SP*; do outro, a assistente de palco Diana aparece carregando uma forma de brigadeiro, com plano detalhe nos doces. O *motif* é retomado, e o diretor revela que, debaixo da tenda, há algo relacionado com a história da tal família.

Mais adiante na narrativa, uma vinheta sonora invade a *mise-en-scène*. Com os dizeres “*Domingo, Domingo, Domingo Legal*”, esse *leitmotiv* – recurso estilístico que se caracteriza por uma significação especial que, quando inserido no decurso de uma narração, remete a memória do espectador a um determinado tema – comunica que o programa atingiu a liderança de audiência no IBOPE; a vinheta, por já ter sido presente em outras edições do programa, é eficaz para sinalizar o primeiro lugar de audiência. Para comemorar com descontração, Celso convida Ana Luiza – garota que ficou famosa após participar do *Programa Silvio Santos* e conquistar o público com sua risada indiscreta – para uma competição de risos. O ator Nicholas Torres, que demonstra saber imitá-la, junta-se ao momento, que é enfatizado pela sonoplastia (com áudio de risadas gravadas).

Logo em seguida, Portiolti diz que, para aproveitar que há muita criança assistindo ao programa, trará ao palco o novo fenômeno do funk. Biel entra cantando, acompanhado pelo balé feminino da emissora. A câmera panorâmica registra a dança dos que estão em cena, executando movimentos horizontais de ondulação, ora em angulação alta, ora em angulação baixa, ora de maneira frontal – muitas formas de enquadramento incomuns para um programa de auditório (**Fig. 113**). Nota-se, neste ponto, um paradoxo – figura de pensamento na qual “conciliam-se duas ideias opostas de modo a contrariar o senso comum” (HENRIQUES, 2011, p. 149) – entre o discurso do apresentador e a música apresentada: ao passo que Celso justifica a presença de Biel por causa da audiência do público infantil, o cantor performa a música *Boquinha*, que faz referência ao sexo oral<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> Excerto da letra: “Me usa, vem e se lambuza / Me beija, vem cá e abusa / Descendo pelo pescoço / Vem tirando a minha blusa / Adoro essa mão boba / Ousadia rolando solta / Se eu puxo o cabelo dela / A gatinha já vira loba / Adoro quando passa a unha / Me deixa arranhado, todo arrepiado / Me amarro quando ela se sussurra / ‘Hoje fica tranquilo que eu faço trabalho’ / Começa beijando minha orelha / Já me provocando, falando gracinha / Enquanto ela se ajoelha / Já se preparando com aquela carinha”. In: *Boquinha* (Biel). **Vagalume**, [s.a.]. Disponível em: <https://goo.gl/W19HrL>. Acesso: 12 abr. 2016.

**Fig. 113:** O cantor é enquadrado de costas durante sua apresentação.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Após a apresentação, Celso pergunta ao auditório se alguém deseja fazer alguma pergunta a Biel. Uma menina da torcida do time amarelo se manifesta, pedindo uma foto, e o cantor se dispõe a participar de uma *selfie* em conjunto com aquela parte do auditório. Uma das garotas, então, inusitadamente, aproveita a distração de Biel e o beija na boca (**Fig. 114**) – o que vira motivo de piada para o apresentador, que agradece a participação do garoto no programa e elogia seu desempenho no quadro *A Princesa e o Plebeu*.

**Fig. 114:** Moça do auditório beija o cantor.



Fonte: Domingo Legal (21/06/2015). Direção de Roberto Manzoni. São Paulo: SBT, 2015, telev., son., color.

Para retomar a linha de enredo principal, é feita uma nova apresentação dos participantes, que se enfrentarão no *Torta na Cara* – momento em que uma pergunta é feita a um participante de cada equipe e quem responder primeiro de maneira correta tem o direito de lambuzar o rosto do adversário. O fenômeno ocorre várias vezes (sempre entre duplas, sendo um de cada equipe), mantendo o mesmo método – ouvir a pergunta, bater no botão, responder corretamente e sujar o oponente. Cria-se, assim, uma paradiástole – figura de construção que

“alinha segmentos com a mesma sintaxe, o mesmo ritmo e o mesmo comprimento” (SUHAMY, 1994, p. 85) – no audiovisual.

Nessa nova brincadeira, entre uma determinada pergunta e outra, Celso chama um *videotape* gravado por Patrícia Abravanel, no qual ela faz propaganda do programa *Máquina da Fama* e anuncia duas novidades: o quadro *Desafio da Máquina* e as edições especiais do *Máquina da Fama de Férias*. Novamente, firma-se o vínculo entre os vários produtos da emissora, percebido também quando Portioli comenta como seu perfume da Jequiti (empresa de cosméticos do Grupo Silvio Santos) é agradável e vale a pena ser adquirido.

Quando a brincadeira das tortas chega ao fim, é anunciada a *Gincana Final*, na qual cada um dos times tem que passar por seis provas consecutivas e tentar concluir o percurso no menor tempo possível para poder dobrar a pontuação que tem no placar. O time amarelo é o primeiro a realizar o desafio, acompanhado por recursos estilísticos já vistos durante o programa: música festiva intercalando-se à melodia de suspense, locução por parte do apresentador, cronômetro na tela, câmera em constante movimentação. Acredita-se que todos esses elementos, em conjunto, contribuem para o dinamismo da brincadeira.

O resultado da enquete anunciada no início do programa aparece na tela somente após o primeiro minuto de realização da gincana pelo time azul: pelos números, a equipe amarela tem 59,28% de preferência do público contra 40,72% da equipe azul. Contrariando a expectativa dos espectadores, a equipe azul realiza todas as provas em 7 minutos e 18 segundos (contra 8 minutos e uma prova incompleta da equipe amarela) e sai vitoriosa com 2100 pontos – contra 1750 dos adversários.

### 3.3 Narrativa e estilo no *Máquina da Fama*<sup>72</sup>

Toda noite de segunda-feira, pouco depois das 23 horas, a tela do SBT se despedia da bagunça liderada por Ratinho, na atração diária que leva seu nome, e se preenchia com o roxo e o rosa-choque de visualidade multicromática, além de batida rápida e ritmada de sonoridade festiva. Tratava-se do *Máquina da Fama* (2013-2017), programa de auditório apresentado por Patrícia Abravanel e dirigido por Michael Ukstin, que compreendia uma competição entre anônimos transformados em *covers* de seus ídolos.

Cada participante se apresentava, inicialmente, como pessoa não midiática e, após passar por um tratamento de maquiagem, cabelo, voz e coreografia, interpretava o artista

---

<sup>72</sup> Este item serviu como base para artigo publicado em periódico científico (HERGESEL; FERRARAZ, 2017a).

escolhido, em cenário exclusivamente montado para tal. Até 2016, a plateia era responsável por escolher as melhores performances da noite, premiadas com valores que iam de R\$ 2 mil a R\$ 5 mil. Em 2017, o programa sofreu leves alterações, deixando de lado a votação e as premiações e priorizando as apresentações musicais independentemente de avaliação crítica.

É relevante ressaltar que o *Máquina da Fama* se derivou da versão brasileira de *My Name Is*, produto criado pela FremantleMedia e que recebeu o nome no Brasil de *Famoso Quem?*<sup>73</sup>. O programa, formado por um repórter e três jurados, além dos preparadores artísticos, era veiculado nas noites de sábado e oscilava entre 4 e 5 pontos de audiência – abaixo da expectativa da direção artística da emissora<sup>74</sup> – durante os quase dois meses em que ficou no ar.

### 3.3.1 Contextualizando o objeto

Como *reality show*, o *Máquina da Fama* une características da realidade com nuances do universo fictício; suas estruturas narrativas tendem a se movimentar para imprimir verdade, autenticidade e naturalidade no que é expresso. Enquanto formato televisivo e seu impacto sociocultural, Debora Cristine Rocha (2009, p. 14) comenta que a televisão, na busca pela realidade do espectador, “vai simular o mundo vivido no mundo midiático e, se tudo der certo, a simulação conseguirá persuadi-lo de que entre ambos não há diferença”.

Deriva-se, desse formato, o *talent show*, por meio do qual as pessoas do convívio cotidiano adentram a atmosfera midiática e se convertem em famosos por alguns minutos, exibindo parte de seu suposto talento artístico. Nesse gênero, oriundo do *reality*, “o talento, no entanto, não é o único requisito analisado, elementos como carisma e uma história de superação podem garantir sobrevida na competição”, como sugere Luiza Baptista (2014, p. 1).

Trazendo essa visão para os *covers shows*, subgênero de *talent show* no qual se enquadra o *Máquina da Fama*, a pessoa precisa convencer a plateia de que consegue construir a personalidade que se propôs a imitar. Isso ocorre porque, nesse tipo de programa, “ao reproduzir a música de seu ídolo almeja chegar a tal posição de astro”, gerando o conceito de “proto-astro”, segundo Anderson Lucas Novaes (2010, p. 6).

---

<sup>73</sup> Famoso Quem?. SBT. Disponível em: <http://goo.gl/9dnEeH>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>74</sup> De acordo com a matéria *Programas do SBT registram péssima audiência no sábado; “Máquina da Fama” estreia em baixa*, de João Paulo Dell Santo para o portal RD1, em 10 de novembro de 2013. Disponível em: <http://goo.gl/mfAahD>. Acesso em: 15 fev. 2016.

Novaes (2010) ainda propõe uma justificativa para o sucesso desse tipo de programa, tanto em sua produção (o fato de haver participantes dos mais diversos costumes) quanto em sua recepção. Para o autor, “a visibilidade é o que garante o existir, para um sujeito diante outro sujeito, logo temos a necessidade da aparência sobre qualquer essência” (p. 10). E complementa que “o primordial para os candidatos, nessa busca pela visibilidade, [é] apenas a aparição no meio televisivo, sem nenhum conhecimento musical que extrapole as barreiras da imitação” (p. 10).

Além das apresentações com anônimos, no entanto, o programa também recebe artistas convidados, que participam de um quadro denominado *Desafio da Máquina*. Nele, o participante – geralmente, cantor conhecido nacionalmente ou alguma personalidade do elenco da própria emissora – gira uma roleta virtual para descobrir qual fenômeno do cenário musical terá de encenar. Em seguida, o participante dirige-se à Máquina e, no final do programa, retorna trajado e maquiado tal qual a celebridade que terá de performar e executa seu espetáculo em um cenário que imita o do videoclipe da canção apresentada.

A Máquina é basicamente a personagem central da narrativa. Mesmo sendo um mecanismo que se assemelha a uma porta giratória e apenas leva o participante do palco para os bastidores, ela assume a função de ser a responsável pela transformação do anônimo em famoso. Seria como um portal mágico que, num giro de 360 graus, prepara uma megaprodução, tanto na pessoa como no cenário.

O sucesso do quadro pode ser percebido não apenas nos índices de audiência – após sua estreia, o programa, que vinha oscilando entre o segundo e o terceiro lugar, consolidou-se na vice-liderança e acumulou vitórias consecutivas sobre o *Xuxa Meneghel* (RecordTV, 2015-2016)<sup>75</sup> – como também na TV on-line. Utiliza-se o termo “TV on-line” no sentido de “extensão de apenas uma emissora”, isto é:

[...] no sítio das emissoras off-line na internet, encontram-se basicamente imagens de arquivo dos programas, e, eventualmente, imagens de arquivo de vídeos relacionados feitos exclusivamente para exibição on-line [...] diferentemente da TV *off-line* (em que é preciso aguardar o início de um programa), na TV *on-line* o usuário é quem decide ao que quer assistir e quando e em qual sequência (a não ser quando, também mais raramente, a emissora oferece assistir a uma transmissão simultânea) (KILPP, 2015, p. 2).

---

<sup>75</sup> Conforme matéria “*Máquina da Fama*” conquista décima vitória consecutiva sobre programa “*Xuxa Meneghel*”, de Wandreza Fernandes para o site Área Vip, em 2 de fevereiro de 2016. Disponível em: <http://goo.gl/2P1bVt>. Acesso em: 15 fev. 2016.

No canal oficial do *Máquina da Fama* no YouTube<sup>76</sup>, os quatro vídeos mais assistidos são do *Desafio da Máquina*, estando, em ordem de maiores visualizações: *Chiquititas* imitando Fifth Harmony<sup>77</sup>; Maisa Silva imitando Lady Gaga<sup>78</sup>; *Carrossel* imitando One Direction<sup>79</sup>; e Sophia Valverde imitando Dorothy d’*O Mágico de Oz*<sup>80</sup>.

### 3.3.2 O *talent show* como narrativa

Noite de 14 de dezembro de 2015. Patrícia Abravanel convida ela própria para subir ao palco e, diante de si enquanto outra, faz uma breve entrevista, fortalecendo a ideia de haver duas personalidades distintas: a apresentadora (A) e a participante (P). Tanto os registros visuais (técnicas utilizadas para enquadrar e estabelecer os cortes) como a sonoridade (representada pelo diálogo e pelas falas simultâneas) contribuem para personificar cada uma das Patrícias, chegando a confundir o telespectador mais desatento<sup>81</sup>.

Câmera alta. A apresentadora, de camisa e calça brancas brilhantes, está caminhando na passarela, dirigindo-se para o palco, com a plateia nas laterais. Dá meia volta. Mudança de câmera. Plano americano. Ela está com o olhar direcionado para a câmera, centralizada no plano e com luzes de holofote sendo lançadas atrás de seu corpo, do centro para as laterais do enquadramento. Enquanto fala, em companhia de uma sonorização de música latina, o gerador de caracteres mostra seu nome de usuário no Instagram e o logotipo da emissora, com a menção “*closed caption*” logo acima, em caixa-alta.

Nesse início, a figura de Patrícia Abravanel é tratada como estrela (nos dois sentidos da palavra: tanto no de personalidade famosa como no de astro sideral). No momento em que anda sobre a passarela, ela é ovacionada de forma ritmada e incansável pelas pessoas do auditório. Também é observável certa alusão da cor de sua roupa perolada à luz emitida pelas constelações, além da iluminação em faixas, ao fundo, remetendo às pontas de uma estrela real.

<sup>76</sup> Canal Máquina da Fama. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/dXuypj>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>77</sup> Máquina da Fama (29/06/15) – Meninas de Chiquititas cantam Fifth Harmony. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/jDSVN>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>78</sup> Máquina da Fama (17/08/15) – Maisa Silva vira Lady Gaga no “Desafio”. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/uiuszp>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>79</sup> Máquina da Fama (06/07/15) – Desafio: Meninos de Carrossel cantam One Direction. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/uW2YOA>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>80</sup> Máquina da Fama (22/06/15) – Desafio: Sophia Valverde interpreta Dorothy. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/KfiUCr>. Acesso em: 15 fev. 2016.

<sup>81</sup> Na página do vídeo no YouTube, existem diversos comentários de usuários se perguntando quem seria a atriz que interpretou a segunda Patrícia ou até mesmo se questionando se a apresentadora teria uma irmã gêmea. Neste trabalho, optou-se por desconsiderar a discussão acerca da troca de informações realizadas na página virtual, uma vez que tal proposta desviaria o foco desta pesquisa.

A música latina (*televisão brasileira enquanto latino-americana*: ROCHA, 2016, p. 11) sugere a atmosfera de alegria do programa, um sentimento característico do SBT – conforme Rafael Barbosa Fialho Martins (2014, p. 14), “o SBT sente-se alegre em poder compartilhar sua programação com o telespectador, que, por sua vez, também sente alegria ao se ver no SBT e fazer parte dessa família”. A combinação de todos esses elementos descritos demonstra que “as qualidades expressivas podem ser transmitidas pela iluminação, pela cor, pela interpretação, pela trilha musical e por certos movimentos de câmera” (BORDWELL, 2008, p. 59), como é perceptível nos demais momentos ao longo desta análise.

Patrícia, em sua personalidade A, a de apresentadora, diz: “*E esse mês de dezembro continua superespecial. Tá vindo aí uma artista que eu conheço ela há muito tempo. Ela é da família e já esteve várias vezes aqui no nosso palco. Com vocês, Patrícia Abravanel!*”. Há uma demarcação de tempo/espço e também de afinidade. Primeiramente, é ressaltado que a exibição do programa ocorreu no mês de dezembro, o que prejudicaria reprises em outro mês, fato recorrente na emissora. Em seguida, antes de mencionar o nome do participante, cria-se um vínculo de afetividade e autoexaltação, destacando que, além de ser “da família”, isto é, alguém próximo da apresentadora, ainda é “artista” e “já esteve várias vezes no palco”. O pensamento do telespectador tende a se limitar: dos artistas da família Abravanel, ela é a única que marca presença semanalmente no programa.

A adivinha desenvolvida para quem está assistindo (e não consultou previamente as chamadas do programa ou a sinopse de seu conteúdo) é, portanto, facilmente solucionada. Ao pronunciar o próprio nome, no entanto, espera-se gerar um gatilho para o sentimento de surpresa: afinal, como ela entraria na *mise-en-scène*, se ela já está em cena? O questionamento se soluciona apenas depois de um rápido *flashback*, retomando, durante poucos segundos, algumas apresentações artísticas de Patrícia.

Nesse momento, ocorre uma breve exibição de trechos de covers já realizados por Patrícia, iniciando em Whoopi Goldberg e passando por Carmen Miranda e Jennifer Lopez, em microexcertos sem o áudio da apresentação, seguido de fragmentos sonorizados de Carmen Miranda, Shakira, Jennifer Lopez e Pequena Sereia. Um foco de luz encerra o vídeo e a imagem da apresentadora é novamente visualizada.

A retomada de tais performances realizadas ao longo da carreira de Patrícia ajuda a endossar a ideia de ela ser uma “artista”, uma estrela, alguém transformado pela Máquina, personagem fundamental dessa narrativa. Os telespectadores não assíduos tendem a assimilar a desenvoltura da apresentadora e seus aparentes multitalentos; já aos mais fiéis cabe relembrar

cada um dos momentos e aproximar-se da ideia de Silvio Santos, ícone principal da estação, que já elogiou o desenvolvimento da filha enquanto fenômeno midiático<sup>82</sup>.

Na sequência do enunciado, há a chamada vinda da personalidade A: “*E pode entrar, Patrícia*”. Mudança de câmera. Câmera alta. Patrícia (P) entra com camiseta vermelha e calça azul, também sob aplausos da plateia. A partir desse momento, ocorre a alternância de câmeras: ora, a apresentadora é posicionada em plano americano; ora a participante é registrada, também nesse tipo de plano; ora as duas são enquadradas em plano conjunto. Os holofotes projetam inúmeras estrelas no chão do palco.

Torna-se evidente que, embora o percurso realizado pela participante tenha sido o mesmo que a apresentadora tomou alguns segundos antes, a que acabou de entrar ainda não está pronta para ser considerada famosa. Suas roupas cotidianas e visual básico, sem muita maquiagem ou penteado caprichado, levam a crer que será necessária a ajuda da Máquina para que ela se prepare e brilhe no palco. O figurino e a maquiagem, recursos apontados por Bordwell (2008) como alguns dos denotadores de estilo, mostram-se fundamentais para o funcionamento desse programa (**Fig. 115**).

**Fig. 115:** Patrícia Abravanel (apresentadora) e Patrícia Abravanel (participante) dividem o palco.



Fonte: Máquina da Fama (14/12/2015). Direção de Michael Ukstin. São Paulo: SBT, 2015.

Patrícia A inicia um diálogo: “*Ê, Patrícia! Finalmente você veio*”. Nessa fala, a apresentadora distorce a ideia sugerida inicialmente: a de que está toda noite de segunda-feira à frente do programa e, com isso, sendo admirada por meio desse canal. O efeito provocado é de que a participante, enquanto pessoa distinta da apresentadora, já havia sido convidada outras vezes para estar ali (não necessariamente pela primeira vez, visto o que foi mencionado

<sup>82</sup> De acordo com a crítica *Mais pai do que apresentador, Silvio usa Teleton para promover Patrícia*, do Blog do Maurício Stycer, 25 de outubro de 2015. Disponível em: <http://goo.gl/oYUeLg>. Acesso em: 15 fev. 2016.

anteriormente, mas como uma visita que faz bastante tempo que não aparece), mas só então resolveu aceitar.

Patrícia P, a participante, responde: *“Boa noite, Patrícia. Boa noite, pessoal de casa. Eu tô feliz de tá aqui”*. A partir daqui, não existem apenas dois interagentes; o público que assiste pela televisão se torna o terceiro participante do diálogo, um personagem coletivo, ainda que não venha a interagir ou modificar o trajeto previsto para a narrativa. Ao cumprimentar o telespectador, a participante cria um vínculo não apenas com a apresentadora à sua frente, mas com todos que estão atentos à sua fala. Em outras palavras, cria-se um convite para o público participar da obra, outra particularidade comum nos programas de auditório do SBT, incentivada por Silvio Santos. Segundo os estudos de Silvia Maria de Sousa (2011, p. 35), nos programas de auditório do SBT, a personalidade que está em cena “dirige-se diretamente ao público que assiste ao vivo e, ao se posicionar em frente à câmera, ao telespectador que está em casa. Dialogar é, então, uma qualidade essencial a esse gênero, ajudando a fazê-lo ser reconhecido como tal”.

A partir de uma perspectiva que se aproxima dos estudos de Bordwell (2008), pode-se inferir que a tendência é que o espectador se concentre nos rostos dos personagens em cena, nos diálogos que vão se construindo e nos gestos que são executados, atentando-se em como esses elementos se justificam para o desenrolar da narrativa. Os rostos e os corpos que os completam, as palavras e os efeitos que elas produzem, os gestos e a coreografia a que obedecem, tudo propõe uma abordagem ora informativa, ora apenas encantadora, criando laços afetivos com a audiência sem que esta tenha plena consciência do que ocorre.

Patrícia apresentadora, personalidade A, prossegue: *“Como você se descobriu cantora?”*. Inexiste a possibilidade de ela não ser cantora; a função é automaticamente designada a ela. Mesmo assim, o ato de cantar não é proposto como dom congênito, nem como resultado de um esforço contínuo, mas como descoberta derivada de uma experiência. A personalidade P responde: *“Foi aqui que eu me descobri cantora. (Risos.) Na verdade, teve uma vez que eu fui lá atrás, na Mara Maravilha, que eu acho que eu tinha muita vontade de cantar. E daí eu fui lá, e ‘ranquei o microfone da mão dela, e dancei pra caramba. Acho que ali já tinha uma coisa assim de eu querer se cantora”*.

Ao indicar o local em que a função de cantora lhe foi outorgada, Patrícia assume que participar do *Máquina da Fama* é um processo para qualquer pessoa manifestar seu talento. Ainda na fala, ela relembra seu passado, já conhecido pelos fãs, quando saiu do auditório do

*Show Maravilha* (SBT, 1987-1994)<sup>83</sup> e invadiu o palco, ganhando atenção das câmeras e dividindo o destaque. Seu entusiasmo é percebido pelo uso do polissíndeto – figura de construção que consiste na repetição de uma conjunção coordenativa no início de cada oração e que tende a resultar numa “sugestão de movimentos, estados ou ações que se sucedem rápida ou ritmicamente” (HENRIQUES, 2011, p. 114) –; no caso, tem-se a repetição constante do “e”.

Além disso, há a coloquialidade, registrada, sobretudo, com uma aférese – figura de harmonia, também considerada um “metaplasmo”, gerada pela “supressão de fonema ou sílaba no início de palavra” (MONTEIRO, 2005, p. 64) –; no caso, tem-se o “ranquei”, um nível de linguagem popular, outro elemento que permeia o SBT. Segundo Sousa (2011, p. 46), “o SBT, fundado sobre um conceito de popularidade, apropria-se categoricamente desse estilo neotelevisivo [...]. O SBT é um canal que espelha o cidadão comum e se apoia na estratégia de identificação e aproximação com o público”.

Na sequência, a apresentadora – Patrícia A – acena com a cabeça, sorrindo, como que consentindo em tempo real o que a participante comunica. Patrícia P, a personalidade de participante do programa, continua: “*Dáí na hora que me deram um programa assim...*”. Chacoalha a mão, para os lados, como que indicando a proximidade com a apresentadora. “*Cê sabe, né? Tipo Máquina da Fama. Aí eu me realizei, era tipo coisa de infância*”. Risos. Patrícia A: “*E até hoje foram quantos shows?*”. Patrícia P: “*Foram vários shows. Foram... O primeiro que eu fiz foi o da Carmen Miranda, foi sensacional. Shakira. Foi Frozen, depois foi Ivete. Depois foi a Whoopi, que foi superdivertido. A J-Lo, megaprodução, máximo. Aí foi a Xuxa. Aí começou aquela coisa assim, de eu voltar à infância. Xuxa, Pequena Sereia, e aí depois... Eu tô aqui hoje*”. O auditório aplaude.

É visível que, enquanto a apresentadora assume uma postura mais formal, com frases curtas e dentro da norma-padrão da Língua Portuguesa, a participante demonstra-se mais solta, expressando-se em nível coloquial. A quebra de paralelismo – isto é, “a repetição de ideias mediante expressões aproximadas” (BECHARA, 2009, p. 644) – na oratória da participante é a maior representação de seu estilo popular, levando a crer na inexistência de um roteiro – o que fez com que ela tivesse de responder às perguntas com base na espontaneidade e no improviso – ou, até mesmo, de um roteiro pautado nesse cuidado estilístico. Em outras palavras, Patrícia P não segue uma mesma estrutura em suas frases: enquanto algumas são completas, formadas por adjetivação e explicações mais aprofundadas, outras se limitam apenas a

---

<sup>83</sup> A participação de Patrícia Abravanel, ainda criança, ocorreu em 1987, segundo informações do arquivo do SBT. Vídeo em: “Cante Se Puder – Patrícia Abravanel relembra sua participação no programa da Mara”. **YouTube**. Disponível em: <https://goo.gl/C1786h>. Acesso em: 15 fev. 2016.

mencionar o nome da pessoa imitada, seguido ou não de um verbo de ligação. A ovação da plateia corrobora a aceitação do público.

O diálogo é retomado por Patrícia A: “*Me fala qual desses você gostou mais*”. Patrícia P: “*Todos tiveram uma coisa diferente. Eu amei fazer Xuxa*”. Exibe-se um trecho mudo da apresentação, em concomitância à fala dela. “*Eu acho que realizei o sonho de várias pessoas na hora em que eu desci daquela nave lá, sensacional*”. Exibe-se um trecho da apresentação como J-Lo. “*Amei J-Lo, ficou lindo*”. Exibe-se um trecho da apresentação como Shakira. “*Shakira, que eu dancei. Ai, todos tiveram um...*” – a câmera volta para Patrícia P no palco – “*Um sabor assim, bem gostoso. Eu amei fazer... Eu amo... Por mim, eu apresentava toda semana aqui*”.

Percebe-se que, ao interrogar a respeito dos shows anteriores, a apresentadora abre espaço para retomar, novamente, as performances de Patrícia enquanto participante do programa, inicialmente exibidas em tentativa de analepse – figura de construção que, mais conhecida como retrocesso ou *flashback*, é “um recuo na linha do tempo a um evento que ocorreu anterior ao tempo do discurso” (HERGESEL, 2015b, p. 60). Essa constante aparição das realizações reforçam a ideia de que a participante fez um trabalho admirável em edições anteriores e poderá repetir o êxito no desafio presente. Tal sentido é resgatado na fala seguinte da apresentadora.

Patrícia A: “*Bom, já deu pra perceber que você é corajosa*”. Direcionando o olhar para a câmera, continua: “*Mas será que ela tá preparada pra encarar o Desafio da Máquina? Vamos ver!*”. Exibe-se a vinheta do *Desafio da Máquina*.

O layout utilizado para ilustrar o quadro é semelhante à adotada pelo SBT nos sorteios do consagrado *Pião da Casa Própria*<sup>84</sup>, que se acoplou à imagem de Silvio Santos. Nota-se que a constituição do círculo fatiado é distinta: enquanto o Pião é envolto por um painel de madeira que lembra a imagem das pétalas de uma flor (**Fig. 116**), a roleta do *Desafio da Máquina* é formada por faixas de luzes que partem do centro e se destinam às bordas (**Fig. 117**). Ainda assim, é importante observar a possível intenção de associar à imagem da filha a forma vinculada, por tantos anos, à imagem do pai.

<sup>84</sup> O *Pião da Casa Própria*, ou *Pião do Baú*, ou ainda *Pião da Felicidade* foi um objeto cenográfico do programa *Festival da Casa Própria*, a partir de 1986, e que consistia em dar prêmios ao participante que obtivesse números iguais ou maior número após girá-lo. De 1994 a 2002 e de 2007 a 2009, o Pião ganhou um quadro no Programa *Tentação*. Posteriormente, o Pião integrou o programa *Pra Ganhar É Só Rodar*. Após um período fora do ar, o programa voltou à grade da emissora em 2016, reformulado e exibido nas noites de quarta-feira.

**Fig. 116:** Layout do Pião da Casa Própria.

Fonte: Programa Silvio Santos (13/05/2018). Direção de Fabiano Wicher. São Paulo: SBT, 2018.

**Fig. 117:** Layout da a roleta do *Desafio da Máquina*.

Fonte: Máquina da Fama (14/12/2015). Direção de Michael Ukstin. São Paulo: SBT, 2015.

Patrícia A: “*Vamos lá, girando a roleta, então, para o Desafio da Máquina da Patrícia. Vamos ver quem tá aí pra você. É uma diva, mas qual diva?*”. A roleta começa a girar. Todas as imagens são da cantora Beyoncé.

O diálogo não cessa enquanto a roleta gira; a linguagem sonora, sobretudo verbal, adquire uma forte significância para a narrativa. Esse fenômeno retoma, de certa forma, a ideia registrada por Simone Maria Rocha (2016, p. 48) de que “a experiência de assistir [à] televisão é igualmente uma experiência de ouvir televisão”. Além disso, privilegiar o som é uma estratégia para garantir a manutenção da atenção do espectador e, conseqüentemente, do sentido daquilo que se cria na tela. Ao enfatizar o som, o produto televisivo preenche a lacuna deixada pela imagem carente, a fim de evitar a redução de seu valor transformador.

Patrícia P: “*Beyoncé! Beyoncé!*”. Patrícia A: “*Beyoncé!*”. Patrícia P: “*Diva, diva, diva... Muitas divas! Uhu! Beyoncé! Beyoncé!*”. Patrícia A: “*É tudo Beyoncé?*”. Patrícia P: “*Que isso, meu Deus do céu!*”. Patrícia A interpela: “*Não é possível. Tem esquema com a produção*”.

Direciona o olhar para a participante: “*Você pediu Beyoncé?*”. A fala ocorre enquanto a participante continua gritando: “*Beyoncé! Beyoncé! Muitas divas...*”.

Uma sequência de enunciados curtos ocorre entre as Patrícias, iniciando com a personalidade P: “*Beyoncé!*”. A: “*Não é possível*”. P: “*Olha que linda. Olha como ela tá linda*”. A: “*Ela ali também é a Beyoncé!*”. P: “*Diva máster! Diva mega!*”. A: “*Gente, como ela se transforma. Tem várias versões de Beyoncé aqui*”. A roleta para. Patrícia P comemora: “*Beyoncé!*”, em interjeição festiva alongada.

Em questão de segundos, a palavra “Beyoncé” é mencionada, pelo menos, doze vezes. A epanode – figura de construção que “se presta à exploração cômica, retórica ou lírica pelo seu caráter obsessivo [...], consiste em repetir sem cessar uma palavra” (SUHAMY, 1994, p. 70) – (gerada pela repetição incessante do nome da artista) e a epizeuxe – figura de construção que “se caracteriza pela repetição seguida do vocábulo” (SUHAMY, 1994, p. 70) – (gerada pela recorrência da adjetivação “diva”) frisam a ideia de que a participante é uma grande fã da cantora norte-americana e que fazer seu *cover* será uma forma de se transformar em alguém ainda mais glamorosa. Trata-se, portanto, de uma homenagem, mais do que um desafio ou uma competição.

Vale ressaltar que a figura de Beyoncé é evidenciada, sobretudo em assuntos acadêmicos, uma vez que ela representa o empoderamento da mulher afrodescendente e a luta contra o preconceito racial. Como pontua Suzana Maria de Sousa Mateus (2016, p. 14), “a partir do momento em que ela [Beyoncé], como mulher negra, toma para si um discurso identitário, as arestas do racismo institucional se tornam mais evidentes”. A força imagética da personalidade é um elemento-chave para justificar a euforia de Patrícia.

A apresentadora, Patrícia A, retoma o diálogo: “*Parabéns! Beyoncé. Eu só tô impressionada que cê deve ter... Ela deve ter esquema, não é possível, com a produção. Só tem Beyoncé aí. Agora, será que tem esquema também no show do Desafio? Vamos ver qual é o desafio que a Máquina preparou para você*”. Exibe-se um trecho do clipe que deverá ser imitado. Patrícia P: “*Muito, muito difícil. Mas eu amo desafio. Eu tava louca pra fazer uma diva, eu tava louca pra fazer a Beyoncé e eu acho que ninguém acredita que eu dou conta do recado, nem eu mesma acredito*”. A apresentadora sorri e a participante prossegue: “*Mas eu tô muito querendo ver se eu encaro. E eu tava conversando com o pessoal lá atrás, a Lu, que ela faz os ensaios, ela falou que a mulher muda depois que faz Beyoncé, fica mais... – Mostra, com a mão, seu corpo de cima a baixo – “Entendeu?”*”.

Sustentando a brincadeira de a participante não ser a mesma pessoa que a apresentadora, esta insinua que aquela negociou com a produção antes de girar a roleta. E mantendo a postura

de surpresa por supostamente não saber que faria um *cover* da Beyoncé, a participante relata quão difícil será o desafio e, em anáforas – figura de palavra que “consiste em começar vários versos, frases ou partes de frases sucessivas pela mesma palavra ou grupo de palavras” (SUHAMY, 1994, p. 72) – que se destinam à restrição (de todas as divas, a Beyoncé; de todas as pessoas, ela própria), confessa sua vontade de interpretar a cantora.

A comunicação imagética tem sua relevância amplificada nesse ponto. À medida que a comunicação sonora vem se centrando quase que totalmente na linguagem verbal, a visualidade oferece complemento indispensável à mensagem, sobretudo em dois momentos. O primeiro é a insistência de enquadrar a apresentadora consentindo calada com o que a participante fala, resgatando a ideia de conversa em tempo real e da existência de duas pessoas diferentes; o segundo é o gesto que a participante faz para informar, em elipse verbal – figura de construção em que “a palavra subentendida não foi empregada anteriormente, pois sua presença é percebida com nitidez no contexto ou situação” (HENRIQUES, 2011, p. 147) –, que interpretar Beyoncé deixa as mulheres mais seguras e atraentes.

Patrícia A: *“Dá pra falar que esse vai ser um desafio... vai ser um dos desafios mais ousados da sua carreira. Cê tem que segurar figurino, aquele cabelo, fazer carão... Cê acha que cê vai conseguir mesmo?”*. Patrícia P: *“Com certeza! Não tenho nem dúvida. Não sei nem se eu consigo fazer, mas eu tô aqui. Vamos lá. Que medo”*.

A apresentadora se utiliza de uma gradação em clímax – figura de pensamento que “caracteriza-se pela acumulação sucessiva de palavras ou expressões que intensificam progressiva(mente) [...] uma ideia” (HENRIQUES, 2011, p. 149) – para acentuar a expressão de dificuldade em se fazer uma imitação de Beyoncé, cantando e dançando simultaneamente. A hipérbole – figura de palavra que “violenta a realidade, exagerando as ideias, não raro até o absurdo, sem que se encontre qualquer limite” (MARTINS, 2008, p. 265) – gerada pela pergunta, deixa a participante em conflito, fazendo com que se expresse em paradoxo – figura de pensamento na qual “conciliam-se duas ideias opostas de modo a contrariar o senso comum” (HENRIQUES, 2011, p. 149). Em outras palavras, logo após dizer que se considera capaz de se transformar em Beyoncé e realizar um espetáculo no palco, mostra-se insegura e assume que não tem certeza de que conseguirá executar a tarefa com sucesso; reconhece que é o momento de encarar, mas confessa estar medrosa.

Patrícia A, a apresentadora, busca explorar o paradoxo evidente: *“Patrícia...”* – Chacoalha o dedo para diante de si, como que indicando a proximidade das duas Patrícias – *“Te conheço, Patrícia”*. (Pausa.) *“Sei não, cê tá pronta?”*. Patrícia P: *“Acho que sim”*. Patrícia A: *“Então, entra na Máquina a Patrícia Abravanel, a filha do Silvio, e volta diva e poderosa, como*

*a estrela do pop, Beyoncé*”. A participante se dirige para a Máquina, enquanto o auditório aplaude.

Patrícia Abravanel permanece com a estripulia expressiva de ser duas pessoas distintas, embora esclareça que conhece a outra tão bem quanto ela mesma. A importância da Máquina, enquanto metonímia – figura de palavra que “atua com as relações de contiguidade, onde prevalece o entendimento de um vocábulo por outro porque ambos são postos no mesmo campo semântico denotativo” (HENRIQUES, 2011, p. 138) – para se referir aos profissionais que auxiliam na transformação da participante (maquiadores, cabeleireiros, figurinistas, coreógrafos e preparadores vocais), é ressaltada pelo eufemismo – figura de palavra que serve como “alternativa a uma expressão despreferida, a fim de evitar a possível perda de rosto ou o próprio rosto ou, por ofensa, o do público ou de algum terceiro” (CHAMIZO DOMINGUEZ, 2004, p. 45) – seguido de hipérbole, em um trabalho de conjunto. Essa também é uma amostra de como as figuras de linguagem, tão caras à linguagem verbal, podem se manifestar na imagem em movimento.

Ao intensificar a ideia de que Beyoncé é “diva e poderosa” e “estrela do pop” e deixar em contraponto a ideia de que Patrícia é apenas “a filha do Silvio”, como se essa antonomásia – figura de palavra que “ocorre quando um substantivo comum assume o lugar de um substantivo próprio por funcionar com seu equivalente semântico” (HENRIQUES, 2011, p. 138) – não caracterizasse uma personalidade midiática relevante, a apresentadora defende a ideia de que a produção do programa, personificada pela Máquina, é responsável por transformar Patrícia (no seu papel de participante – alguém que só está lá por ser parente do dono<sup>85</sup>) em uma artista multitalentosa.

Após a entrada da participante no que seria um portal especializado em modificações de personalidade (**Fig. 118**), o programa prossegue com a participação de anônimos. Somente no último bloco da atração, quando do fechamento do programa, Patrícia volta transformada em Beyoncé e executa sua performance no palco, com cenário específico e bailarinos a auxiliando (**Fig. 119 e 120**).

---

<sup>85</sup> A própria Patrícia Abravanel utiliza este jargão em participações no programa do pai, Silvio Santos.

**Fig. 118:** Patrícia Abravanel entra na Máquina.



Fonte: Máquina da Fama (14/12/2015). Direção de Michael Ukstin. São Paulo: SBT, 2015.

**Fig. 119:** Patrícia Abravanel se apresenta caracterizada como Beyoncé.



Fonte: Máquina da Fama (14/12/2015). Direção de Michael Ukstin. São Paulo: SBT, 2015.

**Fig. 120:** Patrícia Abravanel se apresenta com bailarinos e cenário personalizado.



Fonte: Máquina da Fama (14/12/2015). Direção de Michael Ukstin. São Paulo: SBT, 2015.

### 3.4. Considerações parciais

Analisados os três programas de auditório, percebemos que eles trazem muitas semelhanças entre si. No caso do *Rola ou Enrola?*, enquanto fragmento do programa *Eliana*, a

narrativa se consolida não somente pelo conteúdo, propondo algo inédito a cada semana – causando a ansiedade em saber quem serão os candidatos e como eles se exibirão, por exemplo, além dos trocadilhos inventados espontaneamente pelas participantes e pela apresentadora –, como também pela forma: é uma obra televisiva que parece reconhecer, nas técnicas de iluminação e de sonoplastia e no envolvimento com a plateia, sua devida importância para confecção do todo. Percebemos, portanto, que a edição do *Rola ou Enrola?* denota uma participação coletiva que vai além dos elementos visíveis em cena.

A sonoplastia tem um estilo audaz que colabora na condução da narrativa. Desde as pequenas unidades sonoras – como gritos, choros, menções a socos e imitações de flatulência – até a trilha musical – uma mescla que vai do sertanejo ao funk, do pop internacional ao folk latino –, é a comunicação sonora que ajuda a contextualizar as situações que se desenvolvem. A iluminação, por sua vez, tem peso equivalente, uma vez que é a irradiação dos brilhos e das cores claras e movediças/piscantes que personaliza o sentimento do programa. Essas formam a maior contribuição estilística do *Rola ou Enrola?*: a sensibilidade não se manifesta, de modo exclusivo, por meio de palavras, e sim, principalmente, pelas luzes e pelo som. Esses elementos traduzem a animação, a euforia, o ritmo acelerado e alto-astral do quadro, combinando com o uso de fantasias extravagantes e tresloucadas pelos rapazes que participam do quadro.

A plateia também tem sua grande parcela de contribuição para a estilística do quadro e consequente composição da narrativa, uma vez que ela é a representante do telespectador no palco. Mesmo que a comunicação do auditório fique limitada a onomatopeias e curtas frases de efeito, é esse coletivo que se torna responsável por elevar o ânimo da narrativa, preenchendo possíveis lacunas do audiovisual e sugerindo despertar, nas pessoas em casa, a vontade de dialogar com o enredo. A alteridade, nesse caso, é evidente, pois propõe ao telespectador uma pseudossensação de cooperatividade no desenvolvimento do quadro, como se nada do que estivesse ali pudesse acontecer sem o apoio e as reações de quem está na frente da tela – o que não é verdade, visto que o programa sequer é ao vivo e não permite contato direto com o público (via telefone, e-mail, redes sociais ou outra forma de comunicação).

A não linearidade também deve ser compreendida como um grande achado. Por mais que a forma, levando em consideração os elementos estruturais, seja semelhante a cada passagem (a cada atuação de candidato, por exemplo), inexistem uma sintaxe fixa, já que diversos desvios de foco e diálogos aparentemente não roteirizados ocorrem a todo instante e, de certa forma, tornam a harmonia mais *light*, sem a característica engessada de programas fielmente roteirizados e que não devem, em nenhum momento, sair do controle de seus produtores. O resultado, sobretudo no recorte analisado, pode ser notado na audiência: no dia em que foi ao

ar, foram atingidos 8,5 pontos em São Paulo durante o programa *Eliana*, acima da média-dia do SBT, que era de 7,2 à época<sup>86</sup>.

Em poucas palavras, o *Rola ou Enrola?* parece seguir uma estrutura narrativa pautada na criação do sentido de espontaneidade. Tal como o telespectador não tem um itinerário que deva seguir para caminhar pelos veios do programa (embora tenha uma ideia inicial sobre o que esperar do quadro), a produção acaba tendo uma projeção exata do que ocorrerá somente após o término das gravações, visto que o desenvolvimento é passível de surpresas que resultam um desfecho rolante. Essa simulação de naturalidade, corroborada pelos editores, é que talvez tenda a atrair o público.

Da mesma forma, o *Domingo Legal* parece seguir esse caminho do espontâneo. A bagunça é a emoção assumida logo nos primeiros minutos do programa, quando o movimento de câmera faz um registro aparentemente sem preocupação de trajeto a ser percorrido e quando o apresentador revela a possível desorganização de um programa anterior que terminou sem desfecho para a narrativa. Essa liberdade no modo de condução dos enredos é uma característica do estilo despojado do SBT, que frequentemente é lembrada por ser “a TV mais feliz do Brasil”, mesmo já tendo reformulado seu *slogan*.

A cumplicidade entre os programas do SBT também fica evidente, desde a participação do elenco de uma telenovela da emissora no dominical até as incursões de chamadas e comentários (como o *videotape* anunciando o *Máquina da Fama* e o reconhecimento de Celso Portiolli sobre o que acontece no *Programa Eliana*). Isso fortalece a sensação de que o SBT é uma grande família, com todos convivendo com todos – premissa reforçada pela permissão que é dada tanto ao diretor quanto à auxiliar de limpeza para entrarem na cena.

O programa *Domingo Legal*, embora sustente em seu conteúdo formatos antigos, faz adequações de acordo com o contexto da época em que é veiculado, evitando que o produto se torne ultrapassado. Percebe-se, ainda, a despreocupação do trabalho linguístico visando ao artístico, mas existe um trabalho voltado ao despertar da afetividade: os variados enquadramentos pouco usuais, que se alternam durante as provas, podem ser considerados hipérbolos para expressar a corrida contra o tempo; as próprias brincadeiras acabam sendo metáforas da alegria proposta pelo SBT.

Já a sonoridade festiva, a movimentação de câmeras, os enquadramentos, dentre tantas artimanhas da parte técnica são apenas uma parcela do estilo que se consolida com o suporte de diversos elementos da narração. A vivacidade na narrativa, por fim, é alimentada pela animação

---

<sup>86</sup> Conforme dados publicados em *Confira os consolidados de domingo (15/03/2015)*, no site Central Tudo sobre TV, em 16 de março de 2015. Disponível em: <https://goo.gl/9C7Npo>. Acesso em: 07 abr. 2018.

oriunda do auditório, pelos diálogos aparentemente improvisados do apresentador, pela energia dispensada pelos participantes e pela possibilidade de participação de quem está em casa, ainda que de forma tímida.

De modo similar, ocorre o *Máquina da Fama*. A alegria é o sentimento predominante no programa, caracterizada pelos sorrisos, pela música festiva, pelo movimento da iluminação e, principalmente, pelo discurso verbal estabelecido no palco. A tentativa de levar o povo à TV é outro aspecto observável no recorte analisado: cada uma das Patrícias (a “Patrícia apresentadora” e a “Patrícia participante”) representa um grupo – enquanto a participante veste-se e expressa-se de modo simples, tal qual a maior parcela dos brasileiros, a apresentadora mantém uma postura mais culta, ilusão criada para as referências da grande mídia.

O jogo de cenas, intercalando a fala da participante com a da apresentadora, e o registro das expressões visuais, feito independentemente de com quem está a voz, são os recursos utilizados para enfatizar a existência de duas pessoas no palco. Rompem, conseqüentemente, com a ideia de tempo presente (afinal, não há duas Patrícias num único momento real) para a construção do tempo do discurso (as personagens se comunicam dentro de uma cronologia criada exclusivamente pela narrativa).

O diálogo, por sua vez, tanto entre quem está na tela quanto com quem está em casa, é um fenômeno indispensável para que a narrativa se desenvolva – outro fator comumente perceptível nos programas do SBT. Além disso, há ludicidade na construção da Máquina enquanto personagem, mesmo com todos cientes de que esta é uma metonímia para indicar todos os profissionais envolvidos na produção – talvez, portanto, possa-se considerar que esta é a figura de linguagem mais relevante para a obra.

Outras figuras de linguagem utilizadas são carregadas de intencionalidade e funcionam como recursos ativadores de sentimentos no público telespectador. O polissíndeto, por exemplo, sugere o entusiasmo da participante; a aférese, seguida da quebra de paralelismo, direciona a fala da personalidade midiática ao nível coloquial de linguagem; a analepse, por si só, assume o propósito de resgate do passado para gerar expectativa, no presente, de algo que será concretizado em um futuro próximo.

As repetições são comumente demarcadas por epanodes e epizeuxes, que colaboram com a criação de uma atmosfera de euforia; já a anáfora, que geralmente ofereceria a sensação de acúmulo, tem o encargo, aqui, de restringir com o propósito de vangloriar. A elipse, por sua vez, atua como transformadora da modalidade linguística, deixando ao visual a missão de expressar a ideia omitida pelo verbal. Para intensificar o sentimento de dificuldade na missão a ser executada, a gradação em clímax se apresentou em companhia da hipérbole.

Notou-se ainda que o paradoxo ajuda na sensação de insegurança, passando ao público a dúvida de se a realização será bem-sucedida. De volta à hipérbole, ela cumpre outro papel ao se unir à metonímia e ao eufemismo, contribuindo para o destaque na transformação realizada. A antonomásia surge, nesse ponto, como uma tentativa de inferiorizar o “antes” e superiorizar o “depois”. É possível, ainda, dizer que a filha de Silvio Santos entrou na Máquina e voltou como Patrícia Abravanel, com personalidade própria, mas respeitando a telepoética sbtista de encenar.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o registro feito nesta tese, inferiu-se que uma narrativa, por mais contemporânea que seja, pode encontrar, em fórmulas já consagradas, uma matriz referencial para sua construção. Tanto na ficção seriada (aqui representada por três telenovelas da emissora) quanto nos programas de auditório (aqui representados por três atrações) existem elementos capazes de identificar ambos os segmentos como narrativas – as do primeiro grupo, mais tradicionais e reconhecidas universalmente como texto narrativo; as do segundo grupo, fragmentadas, esfareladas, micronarrativas gerando uma macronarrativa.

Em se tratando da ficção seriada, os três objetos analisados demonstraram uma estrutura bastante similar. Verificamos, por exemplo, que *Carrossel*, *Chiquititas* e *Cúmplices de um Resgate* contêm, se não todas, a maioria das características do melodrama clássico, desde a construção de seus personagens (vilões, mocinhos, justiceiros e cômicos) até as linhas de enredo, que abrangem conflitos amorosos, familiares, sociais e tragédias. Por ser brasileira, as telenovelas ainda perpassam os aspectos do melodrama latino-americano, com referências a símbolos nacionais, à identidade cultural do contexto em que foi produzida, com forte impacto musical e imagens emblemáticas que antecipam acontecimentos.

Ao que parece, a teledramaturgia nacional busca sua identidade própria, um itinerário tramático para chamar de seu, com seus problemas socioculturais específicos, suas abordagens únicas e sua autoria bem demarcada; investe-se para que o conteúdo nacional cruze o mundo com uma marca de “isto é o Brasil”, “isto é o brasileiro”. Entretanto, o SBT demonstra que, mesmo brasileiro, é possível manter-se latino-americano ao insistir na exibição de novelas mexicanas (inéditas e reprisadas), além de investir nas referências a elas em suas produções autorais. Por esse motivo, o SBT destaca-se entre as emissoras nacionais.

Uma amostra disso é o fato de que, desde 2012, o núcleo de teledramaturgia da emissora vem se reerguendo e se guarnecendo após congelar projetos originais e dedicar-se às refilmagens, sobretudo de novelas infantojuvenis. Com narrativas que priorizam a simplificação, as telenovelas sbtistas apresentam textos enxutos, conflitos explícitos, personagens lineares, ambientações habituais, efeitos visuais vivazes, trilha sonora familiar. Permear os aspectos do melodrama latino-americano em sua dramaturgia nacional tende a ter

ajudado a emissora a se tornar a única a crescer no horário nobre, considerando a primeira metade da década atual<sup>87</sup>.

As telenovelas do SBT, de acordo com o que observamos, tendem a se debruçar sobre a mesma temática: o respeito pela família e pelos amigos, independentemente das diferenças de personalidade e dos costumes. Bastante apoiadas no diálogo, tais narrativas mostram que a emissora ainda tem preferência em produzir conteúdo que exalte a linguagem verbal, para além dos recursos audiovisuais acessíveis.

A impregnação de dogmas religiosos é outra característica que também foi notada: as narrativas estão sempre de acordo com a cultura judaico-cristã, especialmente se consideradas as doutrinas seguidas pelo dono da emissora (o judaísmo de Silvio Santos) e por sua esposa e responsável pelo núcleo de teledramaturgia (o protestantismo de Íris Abravanel). A partir desse aspecto, a tendência das telenovelas, para além de entreter ou desenvolver o olhar crítico, acaba se tornando educar, moralizar, civilizar.

Além disso, alguns padrões narrativos se repetem, como: o maniqueísmo, mantendo o caráter benévolo e malévolos de cada personagem, do início ao fim da trama; a ideia de “felizes para sempre” (o casal principal, após estabelecido, mesmo passando por vários dissabores, terminam a trama unidos); os conflitos familiares são carregados de dramalhões e extravagâncias; o registro de temas universalizados é geralmente feito pela ótica da emoção, mais do que pela razão; existe a superação dos vitimados, ainda que imersos em grandes catástrofes.

Das marcas estilísticas mais comuns, sobretudo em se tratando de enquadramento, costumam prevalecer, nos clímaxes melodramáticos, os primeiríssimos planos e os planos de conjunto. Também se nota a destinação de determinada música para um ser ou ação específica. As cores vibrantes e de alta nitidez, a angulação prioritariamente frontal e correspondente às falas, o figurino específico de cada personagem (ou coletivo), a trilha musical pop romântica, os diálogos em nível informal (sem se tornar coloquial) e as atuações bem posicionadas são outras características percebidas.

Esses elementos da telepoética da ficção seriada parecem ser similares aos que se apresentam nos programas de auditório. Buscando a característica de obra familiar, *Eliana*, *Domingo Legal* e *Máquina da Fama* tendem a registrar emoções positivas, como alegria e animação, dependendo dos recursos estilísticos para isso, em especial da trilha sonora e dos

---

<sup>87</sup> Informação obtida em “SBT foi a única emissora que cresceu nos últimos 5 anos no horário nobre”, de Fernando Oliveira para a Folha de São Paulo, em 16 de fevereiro de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/bbp44r>. Acesso em: 28 jan. 2019.

registros de câmera. Movimentações aceleradas, intercalando enquadramentos e apresentado planos peculiares, bem como sonografia agitada, dependente de efeitos sonoros onomatopaicos e música latina, com falas e diálogos a todo instante, são alguns exemplos desse caso.

Salientamos que a opção por não estabelecer comparação com outras emissoras teve em vista que a investigação do trabalho foi a compreensão da telepoética do SBT, independentemente de semelhanças e divergências com suas concorrentes. Sabemos que alguns aspectos narrativos e estilísticos não são exclusividade da emissora dos Abrevanel, e sim fazem parte de uma estética televisiva que perpassa as produções nacionais (e, em alguns casos, internacionais). Isso, no entanto, não descarta o fato de que o uso desses mecanismos também ajude a configurar a telepoética sbtista. Em síntese, tal telepoética contém elementos característicos da televisão em geral somados a fenômenos identitários da emissora.

Em suma, a telepoética sbtista parece reunir, dentre outros aspectos: personagens com características bem definidas; conflitos explícitos; ambientações habituais; posicionamentos de atuação demarcados; figurinos estereotipados; maquiagens exageradas; iluminação excessiva; sonografia agitada; priorização da comicidade; prevalência da espontaneidade; sensação de cooperação; e diálogo indispensável. Tais características apontam que o SBT, aparentemente sem regras fixas para produzir suas obras, tem uma espécie de padrão estrutural-discursivo, que ratifica nossa hipótese inicial e mostra a existência de uma televisão brasileira que vive em ritmo de festa.

\*\*\*

### ***Post-scriptum:***

Ao longo de nossas análises, pudemos perceber, para além dos objetivos propostos neste trabalho, a presença de breves momentos que parecem elevar a complexidade do discurso corriqueiro, ascender o estilo da narrativa trivial. Com isso, surge uma nova inquietação: seria possível que, mesmo em uma produção de entretenimento massivo, sem finalidades artísticas ou experimentais, existam fragmentos de poesia (isto é, “nuances poéticas”) capazes de inovar e/ou romper com a linearidade da representação do cotidiano? Esperamos que esse questionamento seja a porta de entrada para novas investigações na televisão brasileira.

## REFERÊNCIAS

ABDALA JUNIOR, Benjamin. **Introdução à análise narrativa**. São Paulo: Ática, 1995.

ABU-LUGHOD, Lila. Melodrama Egípcio: uma tecnologia do sujeito moderno?. **Cadernos Pagu**. Campinas, n. 21, p. 75-102, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/s9KWRZ>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela. **Cadernos Pagu**. Campinas, n. 19, p. 171-194, 2002. Disponível em: <https://goo.gl/Wpz8JS>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ANDRADE, Ana Márcia. **O estilo televisivo da sitcom *Vai Que Cola***: a hibridização entre teatralidade e televisão. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/xzM58J>. Acesso em: 09 mar. 2019.

ARISTÓTELES. Poética [séc. IV a.C.]. In: OS PENSADORES. **Aristóteles**. Trad. Baby Abrão. São Paulo: Nova Cultural, 1999, p. 37-75.

BAITELLO JR., Norval. Comunicação Afetiva. **Revista E – Sesc**, n. 168, maio 2011. Disponível em: <https://goo.gl/8128bL>. Acesso em: 22 nov. 2018.

BALLY, Charles. **Précis de stylistique**: esquisse d'une methode fondée sur l'étude du français moderne, Genebra: A. Eggimann, 1905.

BALLY, Charles. **Traité de stylistique française**. Paris: Klincksieck, 1909.

BAPTISTA, Luiza. Construção da Celebridade em *Talent Shows*: Estudo de Caso do Programa *The X Factor*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 19., Vila Velha, 2014. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2014, p. 1-15. Disponível em: <https://goo.gl/awDWbb>. Acesso em: 21 nov. 2016.

BARROS, Laan de. Experiência estética: comunicação sem anestesia. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016. **Anais [...]**. Brasília: Compós, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2SHx0Bq>. Acesso em: 18 fev. 2019.

BARTHES, Roland; GREIMAS, A. J.; BREMOND, Claude; ECO, Umberto; GRITTI, Jules; MORIN, Violette; METZ, Christian; TODOROV, Tzvetan; GENETTE, Gérard. **Análise estrutural da narrativa**. Trad. Maria Zélia Barbosa Pinto. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

BATISTA, Marcia; MEDEIROS, Anna. **Silvio Santos**: a biografia. São Paulo: Universo dos Livros, 2017.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema**. Trad. Maria Luiza Machado Jatobá. Campinas: Papirus, 2008.

BORDWELL, David. Historical Poetics of Cinema. *In*: BORDWELL, David. **The Cinematic Text: Methods and Approaches**. New York: AMS Press, 1989, p. 369-398.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. *In*: RAMOS, Fernão Pessoa. (org.). **Teoria contemporânea do cinema**. São Paulo: Senac, 2005, v. 2, p. 277-301.

BORDWELL, David. **Sobre a história do estilo cinematográfico**. Trad. Luís Carlos Borges. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

BORGES, Gabriela. **A poética televisual de Samuel Beckett**. São Paulo: Annablume, 2009.

BOURROUL, Beatriz. 20 anos de Chiquititas e 20 fatos que você não sabia sobre a novela. **Quem acontece**, 28 jul. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/FkRjgZ>. Acesso em: 28 jan. 2019.

BRASIL. Decreto n.º 85.841, de 25 de março de 1981. **Outorga concessão ao SBT – SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO S.C. LTDA., para explorar serviço de radiodifusão de sons e imagens (televisão) nas cidades de São Paulo – Estado de São Paulo, Porto Alegre – Estado do Rio Grande do Sul, Belém – Estado do Pará e Rio de Janeiro – Estado de Rio de Janeiro**. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos, 1981. Disponível em: <https://goo.gl/qFqCU6>. Acesso em: 15 fev. 2018.

BROOKS, Peter. **The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess**. New Haven; Londres: Yale University Press, 1976.

BUTLER, Jeremy G. **Television style**. Nova Iorque: Routledge, 2010.

BUTLER, Jeremy G. **Television: Critical Methods and Applications**. 2. ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2002

CALDWELL, John Thornton. **Televisuality: style, crisis, and authority in American television communication, media, and culture**. New Brunswick: Rutgers University Press, 1995.

CAPANEMA, Letícia Xavier de Lemos. Por uma narratologia da ficção televisual. **Triade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Uniso, Sorocaba (SP), v. 5, n. 9, p. 34-51, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/spsDfP>. Acesso em: 09 mar. 2019.

CARDWELL, Sarah. Television aesthetics: Stylistic analysis and beyond. *In*: JACOBS, Jason; PEACOCK, Steven. **Television aesthetics and style**. Nova Iorque; Londres: Bloomsbury, 2013.

CARRARO, Adelaide. **O passado ainda dói**. São Paulo: L'Oren, 1988.

CASTELLANO, Mayka. Distinção pelo “mau gosto” e estética trash: quando adorar o lixo confere status. **Comunicação & Sociedade**, v. 32, n. 55, p. 153-174, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/6FQJVB>. Acesso em: 22 nov. 2018.

CEIA, Carlos. Arquivo de Encyclopedia. **E-dicionário de termos literários**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Jh1OUs>. Acesso em: 28 fev. 2019.

CHAMIZO DOMÍNGUEZ, Pedro J. La función social y cognitiva del eufemismo y del disfemismo. **Panace@**, v. V, n. 15, p. 45-51, mar. 2004.

CHIARI, Tatiana. **Silvio Santos: a história de um vencedor**. São Paulo: Abril, 2001.

COPELAND, Gary A. A History of Television Style. *In*: BUTLER, Jeremy G. **Television: Critical Methods and Applications**. 2. ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, p. 191-215.

DINES, Alberto. **O baú de Abravanel: uma crônica de sete séculos até Silvio Santos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FRANÇA, V. **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FREIRE FILHO, João. O debate sobre a qualidade da televisão no Brasil: da trama os discursos à tessitura das práticas. *In*: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Livros Horizonte, 2008, p. 78-99.

FREITAS, Fernanda Lopes de. **Comunicação e complexidade: o discurso mítico do SBT**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/4BYnfF>. Acesso em: 22 nov. 2018.

FROME, Jonathan. Melodrama and the psychology of tears. **Projections**. Nova Iorque; Oxford, n. 8, v. 1, p. 23-40, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/py0d60>. Acesso em: 22 nov. 2018.

GALVÃO, Lúcia Maria Noya Muniz da Rocha; DUCA, Débora César de Araújo Cavalcanti. Modernização em programas televisivos de relacionamento e o comportamento juvenil na perspectiva do comportamento consumidor. **Mercatus Digital**, Recife, n. 1, p. 83-96, 2010.

GANCHO, Candida Vilares. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 2002.

GOMES, Ana Claudia Fernandes. **Namoro e família na televisão: análise do programa de auditório “Em Nome do Amor”**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2002.

GOMES, Alan; FRANCFORT, Elmo; GOES, Tony. **Almanaque SBT: 35 anos**. Barueri: On Line, 2017.

GOULART, Alexander Bernardes. **Show do milhão**: imaginário de Silvio Santos e do SBT. Curitiba: Champagnat, 2002.

GUIRAUD, Pierre. **A estilística**. Trad. Miguel Maillat. 2. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1978.

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Estilística e discurso**: estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

HERGESEL, João Paulo. **As narrativas midiáticas infantojuvenis e a televisão**: analisando séries e novelas. 06 set. 2018. Oficina do 41.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 70 slides. Joinville (SC): Intercom, 2018. Disponível em: <https://goo.gl/WMBtxJ>. Acesso em: 22 nov. 2018.

HERGESEL, João Paulo. Balizas intercambiáveis entre Estilística e Crítica Televisiva. **CoMtempo: Revista Eletrônica da Pós-Graduação da Cásper Líbero**, v. 8, n. 2, p. 1-11, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/wGg4KD>. Acesso em: 26 jan. 2019.

HERGESEL, João Paulo. Carrossel de sentimentos: melodrama na telenovela do SBT. **Fronteiras: estudos midiáticos**. Unisinos, São Leopoldo (RS), v. 19, p. 72-82, 2017a. Disponível em: <https://goo.gl/mqSpH2>. Acesso em: 22 nov. 2018.

HERGESEL, João Paulo. **Estilística aplicada à websérie**. Saarbrücken (Alemanha): Novas Edições Acadêmicas, 2015.

HERGESEL, João Paulo. **Estilística cibernética**. Guaratinguetá: Penalux, 2013.

HERGESEL, João Paulo. Os vídeos musicais como condutores de narrativa na telenovela do SBT. *In*: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS DE CINEMA E AUDIOVISUAL, 10., Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2016. **Anais [...]**. São Paulo: SOCINE, 2017b, p. 519-525. Disponível em: <https://goo.gl/eStVh3>. Acesso em: 26 jan. 2019.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT. **Revista Contracampo**, v. 36, p. 81-99, 2017a. Disponível em: <https://goo.gl/wP4D3L>. Acesso em: 11 fev. 2019.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. Análise estilística do *Rola ou enrola?*: uma narrativa que se desenrola no programa Eliana (SBT). **Comunicação & Inovação**, v. 19, p. 114-131, 2018a. Disponível em: <https://goo.gl/F7zVND>. Acesso em: 11 fev. 2019.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. Elementos da televisão clássica no SBT: análise estilística do *Domingo Legal*. **Comunicação & Informação**, v. 20, p. 113-131, 2017b. Disponível em: <https://goo.gl/iQcfxL>. Acesso em: 11 fev. 2019.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. Estilística: uma possível metodologia para análise de narrativas televisivas. **Triade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Uniso, Sorocaba (SP), v. 5, p. 18-33, 2017c. Disponível em: <https://goo.gl/AqgMdn>. Acesso em: 22 nov. 2018.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. **Estilo SBT de comunicar**: análise de programas de auditório. Alumínio, SP: Jogo de Palavras; Votorantim, SP: Provocare, 2018b. (Coleção Comunicação, Cultura e Televisão).

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. Melodrama infantojuvenil na televisão brasileira: análise estilística de Carrossel (SBT, 2012-2013). **Conexão: Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul (RS), v. 16, n. 31, 2017d, p. 201-222. Disponível em: <https://goo.gl/qjGKj4>. Acesso em: 22 nov. 2018.

HERGESEL; João Paulo. SILVA, Míriam Cristina Carlos. **Mídia, narrativa e estilo**: literatura, cinema, videoclipe e telejornal. Alumínio (SP): Jogo de Palavras; Votorantim (SP): Provocare, 2018. Disponível em: <https://goo.gl/7TDQk9>. Acesso em: 22 nov. 2018. (Coleção Comunicação, Cultura e Mídia).

HERLINGHAUS, Hermann. La imaginación melodramática. Rasgos intermediales y heterogéneos de una categoría precaria. In: \_\_\_\_\_ (ed.). **Narraciones anacrónicas de la modernidade. Melodrama e intermedialidad en América Latina**. Santiago (Chile): Cuarto Propio, 2002, p. 21-59.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1969.

JOSÉ, Carmen Lucia. **Do brega ao emergente**. São Paulo: Nobel, 2002.

KILPP, Suzana. Quadros de entrevista em programas de auditório: alternativa para análise da TV no Brasil. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 4, n. 8, p. 19-26, 2003.

KILPP, Suzana. Sentidos identitários de programação em TVs on-line. **E-compós**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 1-17, set./dez. 2015. Disponível em: <http://goo.gl/xizhzk>. Acesso em: 15 fev. 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, v. 3, n.1, p. 21-47, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/34Zd6W>. Acesso em: 22 nov. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/1pnp9v>. Acesso em: 22 nov. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/QzeibL>. Acesso em: 22 nov. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/kGd8fv>. Acesso em: 22 nov. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II**: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa. Porto Alegre: Sulina, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/swULoq>. Acesso em: 22 nov. 2018.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 6. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2014.

MACHADO, Arlindo; LUCÍA VELÉZ, Marta. Questões metodológicas relacionadas com a análise de televisão. **E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v. 8, p. 1-15, abr. 2007. Disponível em: <https://goo.gl/da2bB0>. Acesso em: 22 nov. 2018.

MACHADO, Heitor Leal. As pesquisas sobre ficção seriada: Um estudo da produção acadêmica brasileira de 2013 a 2017. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 27., Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018. **Anais [...]**. Brasília: Compós, 2018. Disponível em: <https://goo.gl/zRjXrM>. Acesso em: 10 fev. 2019

MANZONI, Roberto. **Os bastidores da televisão brasileira**. Osasco: Novo Século, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Melodrama: o grande espetáculo popular. In: \_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Plito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009, p. 163-172.

MARTINS, Nilce Sant'Anna. **Introdução à estilística: a expressividade na língua portuguesa**. 4. ed. rev. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. Resgate histórico das vinhetas do SBT: a busca por um “estilo sbtista”. **CoMtempo**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 1-16, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/FW4TOC>. Acesso em: 15 fev. 2016.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. **A TV mais feliz do Brasil: a proposta de interação do SBT com a audiência**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2016.

MATEUS, Suzana Maria de Sousa. *Okay, ladies, now let's get in formation: o dia em que Beyoncé pautou questões raciais no Super Bowl 50*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18., Caruaru, 2016. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016, p. 1-15. Disponível em: <https://goo.gl/SAluUZ>. Acesso em: 21 nov. 2016.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT**. São Paulo: Edições Loyola; Olho D'água, 1995.

MIRA, Maria Celeste. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Org.). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 159-175.

MITTELL, Jason. **Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture**. Nova Iorque: Routledge, 2004.

MITTELL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. Nova Iorque: NYU Press, 2015.

MODLESKI, Tania. **Loving with a Vengeance: mass-produced fantasies for women**. Nova Iorque: Methuen, 1982.

MOLES, Abraham. **O kitsch**. Trad. Sergio Miceli. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1975.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**: manual de análise e criação do estilo literário. Petrópolis: Vozes, 2005.

MORGADO, Fernando. **Silvio Santos**: a trajetória do mito. São Paulo: Matrix, 2017.

NOVAES, Anderson Lucas. A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas *Astros* (SBT) e *Ídolos* (Rede Record). **Espaço Livre**, v. 5, n. 9, p. 5-13, jan./jun. 2010. Disponível em: <https://goo.gl/1ATm3W>. Acesso em: 21 nov. 2016.

OLIVEIRA, Renan Feitosa de; SILVA, Dirceu Lemos da. Do gênero programa de auditório na televisão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39., Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/CLkKAw>. Acesso em: 08 fev. 2019.

OROZ, Silvia. **Melodrama**: o cinema de lágrimas da América Latina. Rio de Janeiro: Funarte, 1992.

PEGORARO, Vinícius. **Doe pela Priscila**, 2019. Disponível em: <https://goo.gl/tvoerP>. Acesso em: 26 jan. 2019.

PUCCI JR., Renato Luiz. Inovações estilísticas na telenovela: a situação em Avenida Brasil. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 675-697, 2014a. Disponível em: <https://goo.gl/5CsLQC>. Acesso em: 22 nov. 2018.

PUCCI JR. Renato Luiz; GOSCIOLA, Vicente; FERRARAZ, Rogério; MAGNO, Maria Ignês Carlos; SILVA, Gabriela Justine Augusto da; PERRI, Giulia; NASCIMENTO, Thais Carrapatoso. Avenida Brasil: o lugar da transmidiação entre as estratégias narrativas da telenovela brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 975-131. Disponível em: <https://goo.gl/k7NFSv>. Acesso em: 22 nov. 2018.

QUEIROZ, Shirley. **Adelaide Carraro no mundo cão do Silvio Santos**. São Paulo: Vorne, 1980.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (org.). **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. **A linguagem autoritária**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ROCHA, Debora Cristine. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 3, p. 1-16, set./dez. 2009. Disponível em: <https://goo.gl/akXmgf>. Acesso em: 21 nov. 2016.

ROCHA, Simone Maria. **Estilo televisivo** – E sua pertinência para a TV como prática cultural. Florianópolis: Insular, 2016.

ROCHA, Simone Maria.; ALVES, Matheus Luiz Couto; OLIVEIRA, Lívia Fernandes. A história através do estilo televisivo I: a Revolta da Vacina na telenovela *Lado a Lado*. In: ROCHA, Simone Maria. **O estilo televisivo** – E sua pertinência para a TV como prática cultural. Florianópolis: Insular, 2016, p. 43-64.

RONDELLI, Elizabeth. Realidade e ficção no discurso televisivo. **Imagens**, Campinas, n. 8, p. 26-35, 1998. Disponível em: <https://goo.gl/wvshxX>. Acesso em: 28 jan. 2019.

SALINAS MUÑOZ, Claudio. Melodramas, Identidades y Modernidades Latinoamericanas en el Cine Actual: de Amores Perros a Sábado. **Aisthesis**. Santiago (Chile), n. 48, p. 112-127, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/JMzEoD>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SILVA, André Araújo; ROCHA, Francisco José da Silva; ROCHA, Jeniffer de Souza; COSTA, Renata Gabriela de Melo; COSTA, Sebastião Guilherme Albano da. A descartabilidade dos relacionamentos humanos em programas televisivos: Uma análise crítica dos quadros de namoro na TV. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2012.

SILVA, Arlindo. **A vida espetacular de Silvio Santos**. São Paulo: L'Oren, 1972.

SILVA, Arlindo. **A fantástica história de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SILVA, Giuliano Jorge Magalhães da Silva. Remakes em convergência: as narrativas das telenovelas infantojuvenis do SBT. *In*: CONGRESO ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ESTUDIOS SOBRE CINE Y AUDIOVISUAL, 4., Facultad de Humanidades y Artes, de la Universidad Nacional de Rosario, 2014. **Actas [...]**. Rosario (Argentina): ASAECA, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/afypZN>. Acesso em: 25 jan. 2019.

SILVA, Karen de Cássia. **A [de]formação da infância na sociedade de consumo: o merchandising na telenovela Carrossel do SBT**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de São Carlos, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/k7cdTr>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SIQUEIRA, Fernando Mariano de. **Inovações na difusão televisiva: a TV conectada no caso do SBT**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Mestrado em Comunicação. São Caetano do Sul: Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2012. Disponível em: <http://goo.gl/5jcGXV>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SOARES, Rosângela. Fica comigo: youth and love/sexual pedagogies on MTV. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, n. 46, p. 311-335, 2007.

SONTAG, Susan. **Notas sobre o camp**. 1964. Disponível em: <https://goo.gl/i3V3hw>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SOUSA, Silvia Maria de. **Silvio Santos vem aí: programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica**. Niterói: Editora da UFF, 2011.

SOUZA, Luzineide Pedrosa de. **As relações étnico-raciais nas novelas infantis: Carrossel e Chiquititas**. Monografia (especialização em Educação das Relações Étnico-Raciais) – Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros, Universidade Federal do Paraná, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/8GHIOs>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SPITZER, Leo. **Lingüística e História Literaria**. 2. ed. Trad. José Perez Riesgo. Madri (Espanha): Gredos, 1968.

SUHAMY, Henri. **As figuras de estilo**. Trad. Maria de Fátima Ferreira da Silva. Porto (Portugal): Rés, 1994.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. Trad. Claudia Braga e Jacqueline Penjon. São Paulo: Perspectiva, 2012.

THOMPSON, Kristin. **Storytelling in Film and Television**. Cambridge (Massachusetts); Londres: Harvard University Press, 2003.

TODOROV, Tzvetan. **Gramática del Decameron**. Madri (Espanha): Taller de Ediciones Josefina Betancor, 1973.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. Trad. Leyla Perrone-Moisés. 3. reimpr. da 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

TONDATO, Marcia Perencim. Gêneros televisivos – do melodrama à complexidade virtual: retomada dos formatos ficcionais. **Tríade: comunicação, cultura e mídia**. Sorocaba, v. 2, n. 4, p. 77-91, dez. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/UkJR8e>. Acesso em: 22 nov. 2018.

TORRES, Carmen Ligia Cesar Lopes. **O que o povo vê na TV**: programas de auditório e universo popular. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2004.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. A caracterização de categorias de texto: tipos, gêneros e espécies. **Alfa**, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 39-79, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/grc6Yz>. Acesso em: 08 fev. 2019.

VADICO, Luiz. Melodrama: gosto popular. In: WOLFART, Graziela. A complexidade das relações entre cinema/religião e religião/cinema (Entrevista com Luiz Vadico). **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, n. 412, ano XII, 18 dez. 2012. Disponível em: <https://goo.gl/e8aHJC>. Acesso em: 22 nov. 2018.

VALENTIM, Lucy Mary Soares. **A imagem docente na novela Carrossel apresentada na Argentina, no México e no Brasil**: a vocação, o magistério e a indústria cultural. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de São Carlos, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/zsXO8f>. Acesso em: 22 nov. 2018.

WALTER, Monika. Melodrama y cotidianidad. Um acercamiento a las bases antropológicas y estéticas de un modo narrativo. In: HERLINGHAUS, Hermann (ed.). **Narraciones anacrónicas de la modernidade. Melodrama e intermedialidad en América Latina**. Santiago (Chile): Cuarto Propio, 2002, p. 199-244.

WILLIAMS, Raymond. Drama in a dramatized society. In: \_\_\_\_\_. **Writing in society**. Londres; Nova Iorque: Verso, 1983, p. 11-20.

YLLERA, Alicia. **Estilística, poética e semiótica literária**. 2. ed. Trad. Evelina Verdelho. Coimbra (Portugal): Almedina, 1979.

ZILLES, Urbano. O significado do humor. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 1, n. 22, p. 93-89, 2003.

## APÊNDICE A

### SBT NA COMUNIDADE ACADÊMICA:

#### Levantamento bibliográfico sobre a produção científica a respeito da emissora

Na tentativa de conhecer os diferentes temas enfocados, os objetivos propostos, as metodologias adotadas e os referenciais teóricos utilizados, julgamos necessário estabelecer um mapeamento da produção acadêmica sobre o SBT e, conseqüentemente, sobre seu dono, Silvio Santos<sup>88</sup>.

Uma revisão de literatura inicial foi feita, com maior intensidade, na segunda quinzena do mês de agosto de 2016. A apuração de material bibliográfico ocorreu por intermédio de ferramentas eletrônicas de pesquisa, a saber: Periódicos Capes<sup>89</sup>; Google Acadêmico<sup>90</sup>; Scielo<sup>91</sup>; Portcom: biblioteca de trabalhos da Intercom<sup>92</sup>; SOCINE<sup>93</sup>; e EBSCO, via Universidade Anhembi Morumbi<sup>94</sup>.

Para isso, os termos para busca foram “SBT” e “Silvio Santos”, limitados ao título e às palavras-chave, com filtros aplicados ao idioma Português. O termo “Sistema Brasileiro de Televisão” foi descartado, uma vez que a maioria dos trabalhos dizia respeito ao padrão técnico de televisão digital (SBTVD).

Desconsideramos, dos resultados obtidos: os trabalhos de áreas divergentes; os que se encontravam em idioma estrangeiro, catalogados de maneira inadequada, sem conexão com o objeto de pesquisa; os cujo nome “SBT” não estava ligado à emissora em questão; os cujo termo “Silvio Santos” dizia respeito ao nome do autor do artigo; os em sistema de publicação comercial, isto é, de acesso fechado e pago; os com links corrompidos ou expirados; e os que divergiam das características de trabalho científico.

Ao todo, selecionamos 48 produções que se mostraram relevantes, em nível intelectual, para o tema em questão. Os quadros ilustrativos a seguir (**Quadro 01** e **Quadro 02**) contêm uma apresentação quantitativa do número de entradas fornecidas pelos instrumentos de busca,

---

<sup>88</sup> Levantamento bibliográfico derivado de trabalho publicado em anais de evento – HERGESEL, J. P. Mapeamento da produção intelectual sobre “SBT” e “Silvio Santos”: compilação e análise de dados divulgados até agosto de 2016 In: X Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, 2016, Sorocaba. **Anais....** Sorocaba: Uniso, 2016, v. 10, p. 1-21.

<sup>89</sup> Disponível em: <https://goo.gl/dLUL4l>. Acesso em: 11 ago. 2017.

<sup>90</sup> Disponível em: <https://goo.gl/d2Kikd>. Acesso em: 11 ago. 2017.

<sup>91</sup> Disponível em: <https://goo.gl/0V3ljk>. Acesso em: 11 ago. 2017.

<sup>92</sup> Disponível em: <https://goo.gl/9YHWJQ>. Acesso em: 11 ago. 2017.

<sup>93</sup> Disponível em: <https://goo.gl/O4uZE9>. Acesso em: 11 ago. 2017.

<sup>94</sup> Disponível em: <https://goo.gl/8M3Pt5>. Acesso em: 11 ago. 2017.

divididos em seus respectivos grupos, e a média de trabalhos que se mostraram pertinentes para o que se pretendia. Os portais Scielo e SOCINE não foram incluídos na listagem, uma vez que não retornaram resultados inéditos para nenhum termo. Consideramos o valor aproximado nesse estudo, pois alguns documentos se encontravam em duplicidade.

**Quadro 01:** Pesquisa com o termo “SBT” em ferramentas eletrônicas: amostragem quantitativa.

INSTRUMENTO DE BUSCA	RESULTADOS	PERTINENTES
EBSCO	29	8
GOOGLE ACADÊMICO	53	26
PERIÓDICOS CAPES	7	3
PORTCOM/INTERCOM	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>37</b>

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 02:** Pesquisa com o termo “Silvio Santos” em ferramentas eletrônicas: amostragem quantitativa.

INSTRUMENTO DE BUSCA	RESULTADOS	PERTINENTES
EBSCO	14	9
GOOGLE ACADÊMICO	22	12
PERIÓDICOS CAPES	10	0
PORTCOM/INTERCOM	4	2
	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

Fonte: Elaboração própria.

Com os resultados em mãos, o material disponível – ou de maneira digital ou adquirido em formato físico, quando inacessível de maneira on-line – e a necessidade de organizá-lo, foram criados sete grupos, de acordo com o gênero de cada documento obtido. Foram eles: livros técnicos; teses; dissertações; monografias; artigos científicos; *papers* em anais de eventos; e capítulos de livro. Descartamos o montante de artigos de jornais, revistas e portais de entretenimento, que, embora sejam fontes documentais, não visam a ser referenciais primários para um estudo de cunho acadêmico.

Reunimos, neste trabalho, uma parcela da informação contida em três livros, duas teses, oito dissertações, nove monografias, 16 artigos científicos, sete *papers* em anais de eventos e três capítulos de livros. A partir de aqui, portanto, apresentamos uma síntese dos resultados obtidos, buscando ressaltar, quando necessário, os diferentes temas enfocados, os objetivos propostos, as metodologias adotadas e os referenciais teóricos utilizados, conforme já mencionado. Para melhor organização, optamos pela ordem cronológica de publicação/divulgação (do mais antigo ao mais recente).

Dos livros encontrados no levantamento (**Quadro 03**), apenas três são dedicados à produção científica:

**Quadro 03:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: livros.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>LIVROS</b>					
1	Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT	Maria Celeste Mira	São Paulo (SP)	Edições Loyola / Olho D'água	1995
2	Show do milhão: imaginário de Silvio Santos e do SBT	Alexander Bernardes Goulart	Curitiba (PR)	Champagnat	2002
3	Silvio Santos vem aí: programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica	Silvia Maria de Sousa	Niterói (RJ)	Editora da UFF	2011

Fonte: Elaboração própria.

Mira (1995) busca compreender o êxito dos programas do SBT frente à cultura popular, adotando a análise antropológica e sociológica sobre o grotesco e a cultura de massas, calcada em Pierre Bordieum Richard Hoggarts, Moniz Sodré, Mikhail Bakhtin e Jesús Martín-Barbero. J  Goulart (2002) procura entender a estrutura da linguagem que caracteriza o *Show do Milhão* enquanto *game show* do SBT, optando por uma análise estruturalista-semiológica, pautada em Roland Barthes, a fim de investigar ancoragem, *fait d'iver*, imaginário, poder e mito. Sousa (2011), por sua vez, objetiva observar como se constrói a estética popularesca na identidade do SBT, recorrendo à análise semiótica do texto audiovisual sincrético, apoiando-se em José Luiz Fiorin, Mikhail Bakhtin, Algirdas Julius Greimas, Arlindo Machado e Yvana Fachine.

Das duas teses localizadas (**Quadro 04**), ambas foram defendidas no Rio Grande do Sul, coincidentemente no mesmo ano. O trabalho de Marin (2006), contudo, está mais voltado aos estudos de recep o, visando a compreender a audiência dos programas dominicais das duas emissoras mais assistidas na época: SBT e Globo. Já o de Furtado (2006) investiga, pelo olhar da psicanálise, as narrativas pessoais que se formam no programa *Casos de Família*, programa diário da emissora de Osasco.

**Quadro 04:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: teses.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>TESES</b>					
1	A ágora midiática: entretenimento via programas de auditório Domingão do Faustão (Rede Globo) e Domingo Legal (SBT)	Elizara Carolina Marin	Santa Maria (RS)	Universidade do Vale dos Sinos	2006
2	Comunicação e mentira em "Casos de família": uma abordagem psicanalítica e complexa de um programa de TV	Nina Rosa Furtado	Porto Alegre (RS)	Pontifícia Universidade Católica (RS)	2006

Fonte: Elaboração própria.

Informa-se, ainda, que o livro de Sousa (2011), mencionado anteriormente, foi derivado de uma tese defendida no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal Fluminense (UFF), em 2009. No entanto, devido à posterior publicação editorial do documento, optou-se por elencá-lo no item anterior, dedicado às produções em livros. Da mesma forma, o livro de Goulart (2002), já citado, é uma derivação de sua dissertação de mestrado, sendo a obra, portanto, excluída da relação do item a seguir.

Das oito dissertações coletadas (**Quadro 05**), todas se concentram nas regiões sul e sudeste, sendo a maioria originada no Estado de São Paulo; há, no entanto, grande diversidade de temas. O trabalho de Donato (1990), por exemplo, é voltado à comunicação empresarial e organizacional, destinado a compreender o SBT enquanto indústria; já o de Siqueira (2012) explora os limites da televisão quando em convergência com a hipermídia, propondo-se a entender a relação entre televisão e internet.

**Quadro 05:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: dissertações.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>DISSERTAÇÕES</b>					
1	Aspectos da indústria de comunicação televisiva no Brasil: uma abordagem organizacional-humanística: o caso SBT	João Olavo de Donato	São Paulo (SP)	Universidade de São Paulo	1990

2	Entre a autoridade e as gargalhadas: uma leitura exploratória sobre a construção da imagem televisiva de Silvio Santos	Ana Bertha Uribe Alvarado	São Paulo (SP)	Instituto Metodista de Ensino Superior	1995
3	O feitiço do vice-líder: as telenovelas do SBT	Marcelo Engel Bronosky	São Bernardo do Campo (SP)	Universidade Metodista de São Paulo	1998
4	Violência e televisão: análise do conteúdo dos telejornais das Redes Globo e SBT	Djalma da Paz Gomes	São Bernardo do Campo (SP)	Universidade Metodista de São Paulo	1998
5	A TV jogo no SBT	Sonia Montañó	São Leopoldo (RS)	Universidade do Vale do Rio dos Sinos	2007
6	Comunicação e complexidade: o discurso mítico do SBT	Fernanda Lopes de Freitas	Porto Alegre (RS)	Pontifícia Universidade Católica (RS)	2011
7	Inovações na difusão televisiva: a TV conectada no caso do SBT	Fernando Mariano de Siqueira	São Caetano do Sul (SP)	Universidade Municipal de São Caetano do Sul	2012
8	A TV mais feliz do Brasil: a proposta de interação do SBT com a audiência	Rafael Barbosa Fialho Martins	Belo Horizonte (MG)	Universidade Federal de Minas Gerais	2016

Fonte: Elaboração própria.

Quanto aos trabalhos de Alvarado (1995), Bronosky (1998) e Gomes (1998), a tendência foi restringir o corpus a um produto da emissora: o apresentador Silvio Santos, as telenovelas e os telejornais, respectivamente. Já os trabalhos de Montañó (2007), Freitas (2011) e Martins (2016) tendem a tratar dos aspectos identitários do canal, perpassando por toda a programação, a fim de destacar os elementos que mais condizem com a imagem que o grupo procura transmitir a seus espectadores.

Uma observação feita a respeito das monografias selecionadas (**Quadro 06**) é que elas começaram a despontar a partir do final da primeira década do século XXI. Ainda que Lima (2001) estude a imagem de Silvio Santos enquanto patrimônio nacional, é a partir do trabalho de Bueno *et al.* (2007) que surgem as investigações acerca dos programas do SBT, ainda que algumas pesquisas sejam voltadas à programação local, como é o caso de Oliveira (2009) e de Raimundo (2014), com o SBT Brasília.

**Quadro 06:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: monografias.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>MONOGRAFIAS</b>					
1	Assis Chateaubriand e Silvio Santos: patrimônios da imprensa nacional	Ana Paula Pereira Lima	Juiz de Fora (MG)	Universidade Federal de Juiz de Fora	2001
2	A esperança tem o nome de Maria: um estudo de caso da novela Maria Esperança	André Bueno <i>et. al</i>	São Paulo (SP)	Faculdade Cásper Líbero	2007
3	Relações Públicas e Complexidade: o mito no discurso organizacional do SBT	Fernanda Lopes de Freitas	Porto Alegre (RS)	Pontifícia Universidade Católica (RS)	2009
4	Caixa preta da audiência local: como DF Record, DFTV e SBT Brasília trabalham a notícia, pensam o jornalismo, ganham ou perdem público	Pedro Henrique Lucena de Oliveira	Brasília (DF)	Centro Universitário de Brasília	2009
5	Programação e audiência: um estudo de caso do SBT	Janaina Batista de Souza Delfino	São Paulo (SP)	Universidade Anhembi Morumbi	2011
6	Da tela à rede: a construção da identidade sbtista	Rafael Barbosa Fialho Martins	Viçosa (MG)	Universidade Federal de Viçosa	2013
7	A influência dos desenhos animados no comportamento violento das crianças: uma análise do Programa Bom Dia & Cia do SBT	Sabrina Rosiele Bertollo	Ijuí (RS)	Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul	2013
8	Estudo de caso: a apresentação do telejornal local SBT Brasília pela jornalista Neila Medeiros pode ser considerada ancoragem?	Lucas Alves Raimundo	Brasília (DF)	Universidade de Brasília	2014
9	A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira	Gabriel Vianna Reis	Rio de Janeiro (RJ)	Universidade Federal do Rio de Janeiro	2016

Fonte: Elaboração própria.

Nota-se, com Freitas (2009) e Martins (2013), que seus trabalhos mencionados no item anterior – respectivamente sobre complexidade mítica (FREITAS, 2011) e identidade institucional (MARTINS, 2016) – tiveram início nessas produções anteriores, o que implica numa sustentação dos pesquisadores quanto a seu objeto. Já com Delfino (2011), Bertollo (2013) e Reis (2016), percebe-se que os estudos mais recentes da Graduação têm se voltado à

compreensão da audiência (comportamento e aceitação) e da imagem de Silvio Santos (reconhecimento e relevância cultural).

Dos 16 artigos descobertos (**Quadro 07**), é comum que se encontrem análises sobre o telejornalismo da emissora, destacando seu aspecto popularesco e, em alguns casos, violento. Gomes Júnior & Novo (2002), Bernardes (2003), Gomes (2004), Campello (2006), Fontenele & Barreto (2014), Rodrigues & Dantas (2014), Lima & Negrini (2015) são os casos focados em reflexões acerca de reportagens e da linguagem jornalística utilizada pelo SBT.

Fora desse gênero, Novaes (2010) busca, com uma análise comparativa, entender os *reality shows* musicais que envolvem a apresentação de *covers*. Santos *et al* (2011), por sua vez, também adotando o método de comparação, dedica-se à análise da programação infantil; Silva (2013), de *talk shows*; Aparecido (2014), de telenovelas. Já Rios & Figueiredo (2016) e Vieira (2016) se dirigem ao estudo da imagem de Silvio Santos e sua relação com o auditório.

Martins (2014; 2016) e Sousa (2005) repercutem, em periódicos, pesquisas ligadas a seus projetos maiores, mencionados nos itens acima. São, respectivamente, pesquisas ligadas: (a) ao entendimento da relação entre estilo e mediação, tomando por base as vinhetas institucionais; (b) e à construção sincrética do programa liderado pelo dono da emissora, apoiando-se numa visão semiótica sobre o assunto.

**Quadro 07:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: artigos científicos.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>ARTIGOS</b>					
1	Silvio Santos vem aí: a mídia e a fragmentação da violência	Nelson Gomes Júnior / Helerina Aparecida Novo	[eletrônico]	Caderno de Psicologia (v. 12, n. 1)	2002
2	A cobertura do caso Sílvio Santos em um jornal popular	Cristiane Brum Bernardes	[eletrônico]	Revista Em Questão (v. 9, n. 1)	2003
3	Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show	Itania Maria Mota Gomes	[eletrônico]	Revista FAMECOS (v. 1, n. 25)	2004
4	Luz, câmera, movimentação). Estratégias enunciativas de construção do sincretismo no Programa Silvio Santos	Silvia Maria de Sousa	[eletrônico]	Cadernos de Semiótica Aplicada (v. 3, n. 2)	2005
5	Da proposta de marketing ao produto final: uma reflexão sobre o telejornal SBT Brasil	Alexandre Campello	[eletrônico]	Revista Mediação (n. 5)	2006

6	A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas Astros (SBT) e Ídolos (Rede Record)	Anderson Lucas Novaes	[eletrônico]	Revista Espaço Livre (v. 5, n. 9)	2010
7	A babá eletrônica de todas as manhãs: análise da programação infantil da Rede Globo e do SBT	Robson Souza dos Santos <i>et al.</i>	[eletrônico]	Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação	2011
8	Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia	Fernanda Mauricio da Silva	[eletrônico]	Revista Galáxia (n. 25)	2013
9	Estratégias de comunicabilidade no telejornal SBT Brasil: Gêneros, corporalidades e pactos simbólicos	Melissa Fontenele / Virginia Sá Barreto	[eletrônico]	Revista Temática (v. 10, n. 5)	2014
10	Resgate histórico das vinhetas do SBT: a busca por um “estilo SBTista”	Rafael Barbosa Fialho Martins	[eletrônico]	Revista Eletrônica CoMtempo	2014
11	Idade do crime: a cobertura da maioridade penal do SBT Brasil	Adriana Alves Rodrigues / Bianca de Sousa Dantas	[eletrônico]	Revista Tropos (v. 1, n. 2)	2014
12	Discurso e representação nas novelas Amor e Revolução e Sangue Bom	José Aparecido	[eletrônico]	Revista Tecer (v. 7, n. 13)	2014
13	A narrativa do Jornal Nacional e do SBT Brasil ao caso Edir Macedo e Igreja Universal do Reino de Deus	Manuelle Motta Marques de Lima / Michele Negrini	[eletrônico]	Revista Brasileira de Iniciação Científica (v. 2, n. 3)	2015
14	As mediações da interação do SBT com a audiência	Rafael Barbosa Fialho Martins	[eletrônico]	Revista Mediação (v. 18, n. 22)	2016
15	O auditório do povão: a ligação entre as colegas de trabalho e Silvio Santos	Ricardo Matos de Araújo Rios / Ivan Vasconcelos Figueiredo	[eletrônico]	Revista Brasileira de História da Mídia (v. 5, n. 1)	2016
16	O éthos de Silvio Santos: complexidade e construção da imagem	Amanda Veronesi Vieira	[eletrônico]	Revista Mediação (v. 18, n. 22)	2016

Fonte: Elaboração própria.

É instigante reparar que, embora haja mais de uma dezena e meia de artigos publicados em periódicos, a quantia de *papers* identificada em anais de eventos foi inferior: apenas sete documentos (**Quadro 08**). Desses trabalhos, seis foram apresentados em congressos regionais da Intercom, por pesquisadores distintos, enquanto um foi apresentado em um simpósio de Ciberjornalismo.

**Quadro 08:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: *papers*.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>PAPERS EM ANAIS DE EVENTOS</b>					
1	Catálogo de Espetáculos: a teoria hipodérmica no Programa Sílvio Santos	Sabrina Aparecida Rodrigues / Geórgia Cynara Coelho Santana	Goiânia (GO)	Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste	2010
2	Telejornalismo e Semiótica: análise das unidades visuais dos jornais “Bom Dia Brasil” e “Jornal do SBT Manhã”	Sônia Regina Schena Bertol <i>et al.</i>	Boa Vista (RR)	Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte	2011
3	Processos de mediatização em telejornalismo: análise da produção, circulação e do programa SBT Brasil	Luis Henrique de Sousa da Silva / Virgínia Sá Barreto	Mossoró (RN)	Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste	2013
4	O espaço opinativo no telejornalismo brasileiro: um estudo de caso sobre o SBT Brasil	Rebeca Trece de Almeida / Iluska Maria da Silva Coutinho	Bauru (SP)	Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste	2013
5	Programa Silvio Santos e as possibilidades de interatividade do <i>game show</i> na TV digital	Ariely Kizzy Cunha / Jaqueline Maria da Silva Casanova	Bauru (SP)	Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste	2013
6	Silvio Santos vem aí: história, influência e modelo comunicacional	Caroline Miranda Martha <i>et al.</i>	Bauru (SP)	Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste	2013
7	Influência da Internet na produção de pautas das televisões SBT MS e Record MS em Campo Grande-MS	Beatriz Longhini / Catarine Sturza	Campo Grande (MS)	Anais do 5.º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo	2014

Fonte: Elaboração própria.

Com cinco trabalhos voltados ao telejornalismo da emissora, em nível nacional – Rodrigues & Santana (2010), Bertol *et al.* (2011), Silva & Barreto (2013), Almeida & Coutinho (2013) – ou local – Longhini & Sturza (2014) –, nota-se o reforço no sentido das pesquisas sobre as narrativas jornalísticas. Já com Cunha & Casanova (2013) e Martha *et al.* (2013), verifica-se a preferência por pesquisas envolvendo a figura de Silvio Santos, seja em seu programa de televisão, seja como figura mítica e empresarial.

Dos três capítulos de livros detectados (**Quadro 09**), cada um segue um propósito: Mira (2010) contribuiu para a compilação sobre a história da televisão brasileira, relatando sobre a estratégia de popularização adotada pelo SBT nos anos 1980; Ponti (2011), em uma obra internacional sobre telenovelas, oferece uma análise comparativa entre as narrativas seriadas do SBT e as da Rede Globo; Marcon et al. (2014), por sua vez, colaboram com uma análise sobre a abordagem jornalística do SBT em assuntos relacionados ao meio ambiente para uma antologia a respeito da difusão jornalística em ambiente e saúde.

**Quadro 09:** Amostragem das produções intelectuais acerca sobre “SBT” e “Silvio Santos”: capítulos de livro.

#	TÍTULO DO TRABALHO	AUTOR(ES) E/OU AUTORA(S)	LOCAL	EDITORA / INSTITUIÇÃO	ANO
<b>CAPÍTULO DE LIVRO</b>					
<b>1</b>	O moderno e o popular na TV de Silvio Santos	Maria Celeste Mira	(p. 159-175)		
<b>IN:</b>	História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje	Ana Paula Goulart Ribeiro <i>et al.</i>	São Paulo (SP)	Contexto	2010
<b>2</b>	Globo vs. Sistema Brasileiro de Televisão (SBT): Paradigms of Consumption and Representation on Brazilian Telenovelas	Martín Ponti	[eletrônico]		
<b>IN:</b>	Soap Operas and Telenovelas in the Digital Age: Global Industries and New Audiences	Mari Castañeda / Diana Rios	New York <i>et al.</i>	International Academic Publishers	2011
<b>3</b>	Análise de matérias sobre meio ambiente veiculadas pelos telejornais de rede do SBT	Marcela Rosa Santos da Silva Marcon <i>et al.</i>	(p. 168-184)		
<b>IN:</b>	Divulgação e jornalismo científico em saúde e ambiente na Amazônia	Maria Cristina Soares Guimarães <i>et al.</i>	Manaus (AM)	Edua	2014

Fonte: Elaboração própria.

Com o levantamento quantitativo, percebemos que o termo “SBT” apresenta mais resultados relevantes do que o termo “Silvio Santos”, embora ambos muitas vezes direcionem aos mesmos arquivos de texto. O Google Acadêmico e o EBSCO, talvez pela maior abrangência em indexação de periódicos e websites voltados à informação, mostraram-se os melhores instrumentos de pesquisa, enquanto o Scielo e o Periódicos Capes não foram afortunados em seu desempenho.

Surpreende, no entanto, a escassez de trabalhos indexados ao Portcom/Intercom, visto que o portal, por ser exclusivamente da área de Comunicação, insinua automaticamente conter um armazenamento maior de produções voltadas aos estudos de televisão e suas televisualidades. Mais inquietante ainda é o fato de os anais digitais da SOCINE, instituição voltada exclusivamente para os estudos audiovisuais, não conterem qualquer informação a respeito da segunda emissora de TV mais assistida no Brasil e de seu proprietário direto, reconhecido pela contribuição ao cenário cultural brasileiro.

Com a finalidade de atualizar o estado da arte e reduzir as falhas da pesquisa exploratória, em especial quanto à busca de artigos científicos envolvendo a emissora, uma nova pesquisa de antecedentes foi realizada, em janeiro de 2018. Para isso, foram selecionados 37 periódicos nacionais, com classificação *Qualis Capes* A2 e B1 na área de Comunicação e Informação, no quadriênio 2012-2016.

Fizeram parte da exploração as seguintes revistas: Alceu<sup>95</sup>; Alea: Estudos Neolatinos<sup>96</sup>; Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática<sup>97</sup>; Ars<sup>98</sup>; Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso<sup>99</sup>; Brazilian Journalism Research<sup>100</sup>; Ciberlegenda<sup>101</sup>; Comunicação & Inovação<sup>102</sup>; Comunicação & Sociedade<sup>103</sup>; Comunicação Midiática<sup>104</sup>; Comunicação, Mídia e Consumo<sup>105</sup>; Conexão: Comunicação & Cultura<sup>106</sup>; Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura<sup>107</sup>; Contracampo<sup>108</sup>; Devires: Cinema e Humanidades<sup>109</sup>; Discursos Fotográficos<sup>110</sup>; E-Compós<sup>111</sup>; ECO-Pós<sup>112</sup>; Educação, Cultura e Comunicação<sup>113</sup>; EPTIC; Estudos em Jornalismo e Mídia<sup>114</sup>; Estudos Semióticos<sup>115</sup>; FAMECOS: mídia cultura e tecnologia<sup>116</sup>; Fronteiras: estudos

<sup>95</sup> Disponível em: <https://goo.gl/XuNLTz>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>96</sup> Disponível em: <https://goo.gl/oZh7cu>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>97</sup> Disponível em: <https://goo.gl/FpgK4b>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>98</sup> Disponível em: <https://goo.gl/vmyXuv>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>99</sup> Disponível em: <https://goo.gl/t7mzVH>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>100</sup> Disponível em: <https://goo.gl/fFzP74>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>101</sup> Disponível em: <https://goo.gl/vTxKQE>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>102</sup> Disponível em: <https://goo.gl/2VYJC4>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>103</sup> Disponível em: <https://goo.gl/P3wNNT>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>104</sup> Disponível em: <https://goo.gl/17PkK4>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>105</sup> Disponível em: <https://goo.gl/HoMWK1>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>106</sup> Disponível em: <https://goo.gl/zL1a9a>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>107</sup> Disponível em: <https://goo.gl/naK4vy>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>108</sup> Disponível em: <https://goo.gl/5jdz1w>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>109</sup> Disponível em: <https://goo.gl/G2jLbF>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>110</sup> Disponível em: <https://goo.gl/c9Hb3Z>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>111</sup> Disponível em: <https://goo.gl/RHx3FF>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>112</sup> Disponível em: <https://goo.gl/URupZ7>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>113</sup> Disponível em: <https://goo.gl/tTsQRJ>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>114</sup> Disponível em: <https://goo.gl/g5FGk3>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>115</sup> Disponível em: <https://goo.gl/ZTFYok>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>116</sup> Disponível em: <https://goo.gl/dCe5Jg>. Acesso em: 20 jan. 2018.

mediáticos<sup>117</sup>; Galáxia<sup>118</sup>; Intercom<sup>119</sup>; Interface: Comunicação, Saúde e Educação<sup>120</sup>; InTexto<sup>121</sup>; Linguagem em (Dis)curso<sup>122</sup>; Logos: Comunicação e Universidade<sup>123</sup>; Lumina<sup>124</sup>; Matrizes<sup>125</sup>; Organicom<sup>126</sup>; Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde<sup>127</sup>; Rumores<sup>128</sup>; Sessões do Imaginário<sup>129</sup>; Significação: Revista de Cultura Audiovisual<sup>130</sup>.

Com esse método de busca direto na fonte, sem utilização de indexadores, o resultado foi bem mais afortunado em comparação à pesquisa de antecedentes realizada em 2016, como pode ser observado a seguir (**Quadro 10**):

**Quadro 10:** SBT na comunidade científica: produções até 2017.

Q.	PERIÓDICO	V.	N.	ANO	PAG.	TÍTULO	AUTOR	OBS.
A2	Comunicação, Mídia e Consumo	10	29	2013	75-95	A modernidade e os imaginários sonoros do Brasil	Ana Luisa Fayet Sallas, Ana Paula Peters, Marília Giller, Mônica Panis Kaseker	Kaseker (autora) trabalhou no SBT
A2	E-Compós	4	-	2005	1-19	Brasilidade Televisiva e Ritos Reality de Personalização	Suzana Kilpp, Sonia Montañó	Comparação entre Casa dos Artistas e BBB
A2	E-Compós	8	-	2007	1-16	Telejornais: a ruptura tonal com as expectativas do subgênero	Elizabeth Bastos Duarte, Rose Lumertz de Freitas	Análise do Jornal SBT Manhã
A2	E-Compós	11	2	2008	1-20	“Essa tal de sociedade não existe...”: O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família	João Freire Filho, Mayka Castellano, Isabela Fraga	Melodrama e grotesco no Casos de Família

<sup>117</sup> Disponível em: <https://goo.gl/eetd13>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>118</sup> Disponível em: <https://goo.gl/qMtwWN>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>119</sup> Disponível em: <https://goo.gl/JAkjFn>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>120</sup> Disponível em: <https://goo.gl/fjMfu7>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>121</sup> Disponível em: <https://goo.gl/4NcckW>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>122</sup> Disponível em: <https://goo.gl/YkvAvS>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>123</sup> Disponível em: <https://goo.gl/6psRzB>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>124</sup> Disponível em: <https://goo.gl/Eh5aaT>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>125</sup> Disponível em: <https://goo.gl/8y9Upn>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>126</sup> Disponível em: <https://goo.gl/2mhbRC>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>127</sup> Disponível em: <https://goo.gl/NJGw2w>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>128</sup> Disponível em: <https://goo.gl/jR3Wpa>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>129</sup> Disponível em: <https://goo.gl/bUou7n>. Acesso em: 20 jan. 2018.

<sup>130</sup> Disponível em: <https://goo.gl/aWih7c>. Acesso em: 20 jan. 2018.

A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	5	9	1998	111-117	Aqui, agora: poder e mito	Roberto Ramos	Análise semiótica do Aqui Agora
A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	11	23	2004	109-118	Casa dos Artistas 3: comunicação e ideologia	Roberto Ramos	Análise ideológica de Casa dos Artistas 3
A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	11	25	2004	85-98	Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show	Itania Maria Mota Gomes	Pesquisa sobre modos de endereçamento no jornalismo televisivo
A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	14	32	2007	85-88	Âncora: algumas práticas semiológicas	Roberto Ramos	Análise semiótica do SBT Brasil
A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	22	4	2015	19-35	Schutz, Sheherazade e o homem da rua: revisitando aspectos do jornalismo como construtor da realidade	Mozahir Salomão Bruck	Discussão sobre a opinião no telejornal SBT Brasil
A2	FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia	24	1	2017	1-24	A TV de Silvio Santos – estratégias mercadológicas na grade de programação do SBT: um enfoque quantitativo	Cláudia Pereira Galhardi, Félix Ortega Mohedano, Juan José Igartua	Análise de conteúdo da programação do SBT
A2	Galáxia	-	25	2003	123-134	Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia	Fernanda Mauricio da Silva	Comparação entre o Jô Onze e Meia e o Globo Gente
A2	Revista da Intercom	29	1	2006	15-37	A vida como ela é/pode ser/deve ser? O programa Aqui Agora e cidadania no Brasil	Vicki Mayer	Estudo de recepção na Baixada Fluminense do Aqui Agora
A2	Revista da Intercom	30	2	2007	149-164	Especcularidade em mundos reality: o espelho do voto em Casa dos Artistas	Suzana Kilpp	Experiência e significação em Casa dos Artistas 2

A2	Matrizes	2	1	2008	227-241	Muito além da “casa portuguesa”: uma análise dos intercâmbios musicais populares massivos entre Brasil e Portugal	Tiago José Lemos Monteiro	Hebe e a comemoração de 200 anos da chegada de Dom João VI ao Brasil
A2	Matrizes	3	1	2009	145-163	Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital	Ana Sílvia Lopes Davi Médola, Léo Vitor Alves Redondo	Interatividade na teledramaturgia
A2	Matrizes	3	1	2009	21-47	Telenovela como recurso comunicativo	Maria Immacolata Vassallo de Lopes	O SBT só é mencionado como uma das 6 emissoras abertas
A2	Matrizes	3	2	2009	247-268	Identificação com a audiência: produção televisiva local	Ada Cristina Machado da Silveira, Adriana Stürmer	O SBT só é mencionado como uma das 6 emissoras abertas
A2	Matrizes	4	1	2010	129-147	Blogs e seus gêneros: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa	Alex Primo	Um dos nomes mencionados trabalha no SBT
A2	Matrizes	4	2	2011	253-259	A TV no Brasil: seis décadas e muitas histórias	Bruno Campanella	RESENHA: “História da Televisão no Brasil”
A2	Matrizes	7	1	2013	59-93	Sedimentada, híbrida e múltipla? A nova geografia cultural das identidades	Joseph Straubhaar	Relação entre as identidades e a televisão
A2	Matrizes	9	1	2015	213-228	Mediação estrutural da tecnicidade: o trânsito das audiências a partir do Twitter	Mônica Pieniz	Menção em um <i>tweet</i> analisado sobre a Globo
B1	Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática	16	31	2017	229-245	Sobre extensões narrativas, estilemas hiperbolizados e Patrulha Salvadora	João Paulo Hergesel	Analisa o exagero nas características dos personagens de Patrulha Salvadora

B1	Comunicação Midiática	8	1	2013	221- 245	Las nuevas aportaciones de la televisión digital en los contenidos de la programación y en las formas de consumo de Brasil y España	Amanda Paz Alencar	Desenvolvimento de metodologia de análise da produção televisiva
B1	Comunicação Midiática	9	2	2014	68-81	A Prescrição do Corpo Televisivo: Interdição, Autoria, Repetição e Trans-aparência	Nísia Martins do Rosário, Alex Damasceno	Relações entre imagem e poder na televisão
B1	Comunicação & Sociedade	22	34	2000	234- 237	Informação e opinião via palavra televisada	Iluska Coutinho	RESENHA “Telejornalismo no Brasil”
B1	Comunicação & Sociedade	22	34	2000	13-39	Telenovela e família no Brasil	Anamaria Fadul	Novela no SBT
B1	Comunicação & Sociedade	25	41	2004	115- 133	Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático	Édison Luis Gastaldo	Audiência do SBT na Copa do Mundo de 1998
B1	Comunicação & Sociedade	26	43	2005	206- 209	Para entender a produção da TV brasileira	Sérgio Mattos	RESENHA “Gêneros e formatos na televisão brasileira”
B1	Comunicação & Sociedade	27	44	2005	205- 209	Livros e televisão: cuidados nas travessias	Carlos Straccia	RESENHA “Livros e televisão”
B1	Comunicação & Sociedade	27	45	2006	117- 134	Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da Economia Política	Valério Cruz Brittos, Álvaro Benevenuto Junior	Enquadra o SBT (família Abravanel) no grupo de dominadores
B1	Comunicação & Sociedade	28	46	2006	91- 110	A transmissão de filmes brasileiros na TV aberta nacional (1980- 2000)	Antonio Andrade, Sandra Reimão	Ausência de filmes brasileiros no SBT
B1	Comunicação & Sociedade	30	51	2009	13-37	Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil	Venício A. de Lima	O SBT aparece um uma citação de crônica
B1	Comunicação & Sociedade	33	57	2012	149- 169	Geopolítica da comunicação na Amazônia	Fábio Fonseca de Castro	Investiga algumas afiliadas

B1	Comunicação & Sociedade	34	1	2012	57-81	Meio ambiente e televisão: um perfil da programação regional aberta no Brasil	Verônica Dantas Meneses	Investiga algumas afiliadas
B1	Comunicação & Sociedade	34	2	2013	187-209	Vida de velhas: cotidiano e telenovela	Veneza Veloso Mayora Ronsini, Laura Hastenpflug Wottrich	Comentário em nota de rodapé sobre Construindo um Sonho
B1	Comunicação & Sociedade	37	5	2015	191-214	O tempo e o trânsito: uma análise sobre telejornalismo, modernidade e espaço urbano	Ana Carolina Rocha Pessoa Temer	Menção a telejornais sensacionalistas no SBT
B1	Comunicação & Sociedade	38	3	2016	217-243	Espalhamento midiático e profanação: uma análise de memes sobre os debates eleitorais de 2014	Edson Fernando Dalmonte, Pedro Carlos Ferreira de Souza, Caio Cardoso de Queiroz	Os debates eleitorais no SBT e os memes gerados
B1	Conexão: Comunicação e Sociedade	16	31	2017	201-222	Melodrama infantojuvenil na televisão brasileira: análise estilística de Carrossel (SBT, 2012-2013)	João Paulo Hergesel, Rogério Ferraraz	Comaparação entre narrativas naturalistas e melodramas sentimentalista
B1	Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura	12	1	2014	261-263	O telejornal vai ao divã	Patrícia Resende Pereira	RESENHA Análise de telejornais
B1	Contracampo	-	5	2000	89-110	O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso "estado de natureza"	Alessandra Aldé, Fernando Lattman-Weltman	Análise do TJ Brasil
B1	Contracampo	-	24	2012	120-139	A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda	Ligia Campos de Cerqueira Lana, Laura Guimarães Corrêa, Maitê Gugel Rosa	Pós-feminismo no Esquadrão da Moda

B1	Contracampo	36	2	2017	81-99	A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT	João Paulo Hergesel, Rogério Ferraraz	Análise estilística do Máquina da Fama
B1	EPTIC	8	2	2006	1-22	A internet como suporte jornalístico em Aracaju: Adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia	Danielle Azevedo Souza	Criação do iSBT, com a Telefônica
B1	EPTIC	8	3	2006	129-151	TV a cabo, TV aberta e regionalização da televisão brasileira nos anos 90	Cassiano Ferreira Simões	SBT contra a TV a cabo
B1	EPTIC	9	2	2007	1-23	A internacionalização das comunicações no Brasil: Rede Globo, Telefônica, Telmex e os mercados de telecomunicações, TV de massa e segmentada e TV digital terrestre	César Ricardo Siqueira Bolaño, Verlane Aragão Santos	Acordos entre SBT e Televisa
B1	EPTIC	9	3	2007	1-35	Ombudsman de mídia: a fiscalização dos conteúdos televisivos	Valério Cruz Brittos, Marcela Brown	Ofertas de prêmios no SBT
B1	EPTIC	9	3	2007	1-15	O Código Brasileiro de Telecomunicações: Considerações Acerca do Marco Legal	Euclides Quandt de Oliveira	SBT, dentre outras, quebrando o monopólio
B1	EPTIC	10	1	2008	1-25	Cidadania e Estado na sociedade midiaticizada: o programa Linha Direta sob a ótica da Recepção. Uma aproximação ao campo	Daniel Barsi Lopes	Linha Direta e sua relação com os noticiários do SBT
B1	EPTIC	10	1	2008	1-19	Televisão e mercado regional: o caso da TV Tem	Claudio Bertolli Filho, Juliana Cristina Diegoli	Menção ao SBT como rede atuante no interior bandeirante

B1	EPTIC	10	1	2008	1-5	Digitalização da TV: organização social e comunicacional	Paola Madeira Nazário	RESENHA A televisão brasileira na era digital
B1	EPTIC	10	3	2008	1-3	Ficção ibero-americana: cultura globalizada e rearranjos de mercado	Andres Kalikoske	RESENHA Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica
B1	EPTIC	10	3	2008	1-14	TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural	César Ricardo Siqueira Bolaño, Valério Cruz Brittos	Empréstimo feito para digitalizar o SBT
B1	EPTIC	13	2	2011	1-16	Face Paulista da TV Digital: Reflexão Sobre A Multiprogramação na TV Cultura	Vivianne Lindsay Cardoso, Juliano Maurício de Carvalho	SBT contra a multiprogramação
B1	EPTIC	17	2	2015	153-167	Por uma autoridade reguladora de radiodifusão independente no Brasil	Carla Mendonça, Felipe De Angelis	O SBT só é mencionado como uma das 6 emissoras abertas
B1	EPTIC	17	3	2015	29-43	Política na convergência: as perspectivas para o Canal da cidadania na televisão digital brasileira	Carine Felkl Prevedello	O SBT é mencionado dentre outras emissoras
B1	EPTIC	19	2	2017	88-108	Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus	Janaine Sibeles Freitas Aires, Clara Câmara, Marco Antônio Roxo da Silva, Suzy Santos	Menção a Beto Mansur vinculado à Rede VTV, afiliada SBT em Santos
B1	Estudos em Jornalismo e Mídia	11	1	2014	145-167	Comunicação, Educação e História: a telenovela Amor e Revolução	Dayse Maciel de Araujo	Abordagem de fato histórico em ficção produzida por um canal de programas de auditório

B1	Estudos Semióticos	-	4	2008	1-11	Sequência genérica de programas televisivos: uma proposta de análise audiovisual	Dimas Alexandre Soldi	Comparação entre Casos de Família e Programa Silvia Poppovic
B1	Estudos Semióticos	12	1	2016	55-67	Enunciados de estímulo à cultura participativa na TV Globo e a formação de um acontecimento discursivo	Diego Gouveia Moreira	Popularização do SBT nos anos 1990
B1	Estudos Semióticos	12	2	2016	90-97	“Criança pode cantar e dançar funk?” – as repercussões dos vídeos de MC Melody e as disputas no campo da infância	Renata Tomaz	Melody no Jornal do SBT
B1	Fronteiras: Estudos Midiáticos	7	2	2005	31-38	Reality houses	Suzana Kilpp, Fabiano de Almeida	A importância da casa enquanto cenário da Casa dos Artistas e do Big Brother
B1	Fronteiras: Estudos Midiáticos	7	3	2005	165-174	Multiculturalismo na América Latina. Confluências e conflitos no espaço televisivo regional	Alberto Efendy Maldonado	Precariedade poética e social representada pelo SBT
B1	Fronteiras: Estudos Midiáticos	17	2	2015	248-254	As rupturas de sentido na teledramaturgia brasileira contemporânea	Adriana Pierre Coca	O SBT só é mencionado como uma das 6 emissoras abertas
B1	Fronteiras: Estudos Midiáticos	19	1	2017	72-82	Carrossel de sentimentos: melodrama na telenovela do SBT	João Paulo Hergesel	Carrossel pela ótica do melodrama latino
B1	Rumores	9	18	2015	383-401	Demarcando fronteiras na tela da TV: as representações de alteridade na cobertura jornalística internacional	José Augusto Mendes Lobato	Análise de reportagens dos jornais do SBT
B1	Rumores	5	9	2011	1-4	O Domingo na TV Aberta Brasileira	Claudia Erthal	Proposta de análise de dominicais
B1	Rumores	7	13	2013	83-100	Reincidências do gênero musical durante o atestado midiático do dom	Andrea Limberto	Análise de Ídolos, HSM – O Musical, etc.;

B1	Rumores	8	16	2014	198-217	Conteúdos culturais do telejornalismo e a presença das mulheres jornalistas	Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Mônica Rodrigues Nunes	Análise do Notícias da manhã, dentre outros jornais matinais
B1	Rumores	2	4	2009	1-10	O slogan publicitário: algumas estratégias argumentativas	Edson Santos Silva, Wilma Rigolon	Análise dos slogans do SBT
B1	Rumores	10	19	2016	58-75	Dilma no Jô: o papel do talk show e a crítica em uma sociedade polarizada	Julia Lery	Menção ao Jô Onze e Meia e ao The Noite
B1	Rumores	9	17	2015	164-182	O bruxo solto: recepção crítica da microssérie Capitu	Luiz Antonio Mousinho Magalhães	Capitu 10 pontos à frente do SBT
B1	Rumores	11	22	2017	203-223	A colonização da cultura: ainda sobre Classificação Indicativa	Mayra Rodrigues Gomes	Um parágrafo sobre Casos de Família
B1	Rumores	3	6	2009	1-14	Ficção-Verdade: Fronteira semiótica na montagem narrativa de Valêncio Xavier	Reuben Rocha	Análise com relações ao Aqui Agora
B1	Rumores	6	11	2012	233-249	Os surdos na televisão: análise dos imaginários sociodiscursivos veiculados em reportagens do Jornal Visual	Ivan Vasconcelos Figueiredo	Comenta sobre o fundo azul no Jornal do SBT
B1	Rumores	2	4	2009	1-11	Mídia e religião: estratégias de “cura” financeira pela IURD	Carlos Renan Samuel Sanchotene, Viviane Borelli	Record enquanto retransmissora do SBT, nos anos 1980
B1	Rumores	2	4	2009	1-11	A produção de documentários através do DOCTV	Verena Carla Pereira	Menciona o Documenta Brasil, coproduzido pelo SBT
B1	Rumores	11	21	2017	25-48	“Please, come to Brazil!”: as práticas dos fãs brasileiros do reality show RuPaul’s Drag Race	Mayka Castellano, Heitor Leal Machado	Menciona o quadro de transformistas do PSS

B1	Rumores	1	2	2008	1-14	Videoclipe: da canção popular à imagem-música	Marcelo Bergamin Conter, Suzana Kilpp	Uso do playback no Domingo Legal
B1	Significação	43	45	2016	200-219	Cenas comunicativas como palco de tensões: dos impasses que permeiam a constituição recíproca de interlocutores em Papo de Polícia	Thales Vilela Lelo	Popularização dos programas policiais com a estreia o Aqui Agora

Fonte: Elaboração própria.

Partindo da coleta realizada, torna-se possível dividir os trabalhos em categorias, o que Andressa Hennig Silva e Maria Ivete Trevisan Fossá (2015, p. 8) entendem como análise categorial. Para os autores, esse modo de analisar dados consiste em desmembrar o material compilado em categorias que comuniquem melhor a finalidade de cada texto. É por meio desse método que se pode ter uma visão quantitativa de opiniões, valores, pensamentos, estudos, reflexões, crenças, dentre outros posicionamentos pertinentes à produção escrita.

Em um primeiro momento, existe uma forte tendência de se pesquisar o **jornalismo**. Ramos (1998); Aldé & Lattman-Weltman (2000); Gomes (2004); Mayer (2006); Duarte & Freitas (2007); Ramos (2007); Lopes (2008); Rocha (2009); Figueiredo (2012); Temer & Nunes (2014); Lobato (2015); Temer (2015); Lelo (2016); e Tomaz (2016) trazem discussões acerca de telejornais ou programas jornalísticos que marcaram o SBT, seja por alguma reportagem específica ou pelo modo de comunicar as notícias.

Outro tema abordado com certo volume é a relação que o SBT estabelece com **marketing, consumo e poder**. Brittos & Benevenuto Júnior (2006); Simões (2006); Bolaños & Santos (2007); Brittos & Brown (2007); Oliveira (2007); Silva & Rigolon (2009); Cardoso & Carvalho (2011); e Rosário & Damasceno (2014) trazem apontamentos sobre o poderio da Família Abravanel, a quebra do monopólio televisivo, o embate com os canais fechados, os acordos comerciais estabelecidos, dentre outros assuntos dessa mesma temática.

Com menor número de pesquisas, mas em valor igualmente notório, estão as análises sobre os **reality shows** produzidos pela emissora. Ramos (2004); Kilpp & Almeida (2005); Kilpp & Montañó (2005); Kilpp (2007); Lana, Corrêa & Rosa (2012); e Limberto (2013) apresentam os produtos de telerrealidade desenvolvido pelo SBT em comparação com os de outras emissoras, destacando nesse processo a *Casa dos Artistas*. Também existem abordagens

sobre a relação social que programas como *Esquadrão da Moda* e *Ídolos* estabelecem com a sociedade.

As **afiliadas e repetidoras** também compreendem um tema pesquisado. Bertoli Filho (2008); Sanchonete & Borelli (2009); Castro (2012); Meneses (2012); e Aires *et al* (2017) comentam das produções das emissoras afiliadas, o processo de recepção em determinadas regiões e até mesmo o período em que a Rede Record – hoje RecordTV – funcionada como retransmissora do SBT.

Na sequência, encontram-se a **dramaturgia** e a relação entre **TV e internet**. No primeiro grupo, Fadul (2000); Médola & Redondo (2009); Hergesel (2017a; 2017b); e Hergesel & Ferraraz (2017a; 2017b) comentam sobre as narrativas audiovisuais que se desenvolvem na emissora. No segundo grupo, Souza (2006); Bolaños e Brittos (2008); Alencar (2013); e Dalmonte, Souza & Queiroz (2016) discorrem sobre as estratégias de digitalização da emissora, que se manifestam desde a criação do iSBT – provedor de internet discada – até a TV on-line que abriga os conteúdos exibidos na TV convencional.

Silva (2003) e Levy (2016) apresentam questões sobre os **talk shows** da emissora. Conter & Kilpp (2008) e Erthal (2011) se posicionam sobre os **dominicais**. Straubhaar (2013) e Moreira (2016) comentam sobre a **identidade** da empresa. Araujo (2004) e Maldonado (2005) focam na relação entre a emissora e a **sociedade**. Já Freire Filho, Castellano & Fraga (2008) e Soldi (2008) trazem questionamentos sobre a estética dos programas. Ainda há temas pouco pesquisados, como as **sessões de filmes** (ANDRADE; REIMÃO, 2006) e os programas de **esporte** (GASTALDO, 2004).

Do material coletado, descartamos nessa primeira leitura as **resenhas de livros**, que por algum motivo mencionam o nome do SBT – a saber: Coutinho (2000); Mattos (2005); Straccia (2005); Kadikoske (2008); Nazário (2008); Campanella (2011); e Pereira (2014). Também foram descartados os trabalhos que mencionam a emissora, mas que não trazem relação direta com o SBT, nem como objeto de estudo primário nem secundário – a saber: Monteiro (2008); Lima (2009); Lopes (2009); Pereira (2009); Primo (2009); Silveira & Stürmer (2009); Ronsini & Wottrich (2013); Sallas *et al* (2013); Coca (2015); Gomes (2015); Magalhães (2015); Mendonça & Angelis (2015); Pieniz (2015); Prevedello (2015); Castellano & Machado (2017); Gomes (2017).

Com tais dados, percebemos que, mesmo tendo em vista todo o material produzido sobre o SBT (em especial, pesquisas acerca de recepção, de conteúdo, de marketing, de convergência, de contexto histórico e sociológico), há uma carência de estudos a respeito dos procedimentos narrativos e das marcas estilísticas que caracterizam a telepoética da emissora. Percebemos,

com isso, a necessidade de uma pesquisa analítica que leve à compreensão de como o SBT estrutura e desenvolve suas produções – motivo que fortaleceu o desenvolvimento desta tese.

## Referências

- AIRES, Janaine Sibeles Freitas; CÂMARA, Clara; SILVA, Marco Antônio Roxo da; SANTOS, Suzy. Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus. **EPTIC**, v. 19, n. 2, p. 88-108, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/i8A4V6>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- ALDÉ, Alessandra; LATTMAN-WELTMAN, Fernando. O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso “estado de natureza”. **Contracampo**, n. 5, p. 89-110, 2000. Disponível em: <https://goo.gl/brb8m9>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- ALENCAR, Amanda Paz. Las nuevas aportaciones de la televisión digital en los contenidos de la programación y en las formas de consumo de Brasil y España. **Comunicação Midiática**, v. 8, n. 1, p. 221-245, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/GB6XJB>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- ALMEIDA, Rebeca Trece; COUTINHO, Iluska Maria da Silva. O espaço opinativo no telejornalismo brasileiro: um estudo de caso sobre o SBT Brasil. In: **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru: Intercom, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/7BZG8k>. Acesso em: 26 ago. 2016.
- ALVARADO, Ana Bertha Uribe. **Entre a autoridade e as gargalhadas**: uma leitura exploratória sobre a construção da imagem televisiva de Silvio Santos. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Centro de Pós-Graduação. São Paulo: Instituto Metodista de Ensino Superior, 1995. Disponível em: <http://goo.gl/bkVNDZ>. Acesso em: 26 ago. 2016.
- ANDRADE, Antonio; REIMÃO, Sandra. A transmissão de filmes brasileiros na TV aberta nacional (1980- 2000). **Comunicação & Sociedade**, v. 28, n. 46, p. 91-110, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/pFwxVL>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- APARECIDO, José. Discurso e representação nas novelas Amor e Revolução e Sangue Bom. **Revista Tecer**, v. 7, n. 13, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/JU8pib>. Acesso em: 26 ago. 2016.
- ARAUJO, Dayse Maciel de. Comunicação, Educação e História: a telenovela Amor e Revolução. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, n. 1, p. 145-167, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/5jVzDb>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- BERNARDES, Cristiane Brum. A cobertura do caso Sílvio Santos em um jornal popular. **Revista Em Questão**, v. 9, n. 1, [e]. 2003. Disponível em: <http://goo.gl/BmjAJ>. Acesso em: 26 ago. 2016.
- BERTOL, Sônia Regina Schena. Telejornalismo e Semiótica: análise das unidades visuais dos jornais “Bom Dia Brasil” e “Jornal do SBT Manhã”. In: **Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte**. Boa Vista: Intercom, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/NatuDr>. Acesso em: 26 ago. 2016.

BERTOLLI FILHO, Claudio; DIEGOLI, Juliana Cristina. Televisão e mercado regional: o caso da TV Tem. **EPTIC**, v. 10, n. 1, p. 1-19, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/QDci5V>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BERTOLLO, Sabrina Rosiele. **A influência dos desenhos animados no comportamento violento das crianças**: uma análise do Programa Bom Dia & Cia do SBT. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Departamento de Ciências Econômicas, Contábeis e Comunicação. Ijuí: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/KfmSZL>. Acesso em: 26 ago. 2016.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural. **EPTIC**, v. 10, n. 3, p. 1-14, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/Ztbkgc>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão. A internacionalização das comunicações no Brasil: Rede Globo, Telefônica, Telmex e os mercados de telecomunicações, TV de massa e segmentada e TV digital terrestre. **EPTIC**, v. 9, n. 2, p. 1-23, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/5qZRDP>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BRITTOS, Valério Cruz; BENEVENUTO JUNIOR, Álvaro. Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da Economia Política, **Comunicação & Sociedade**, v. 27, n. 45, p. 117-134, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/oJfh4g>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BRITTOS, Valério Cruz; BROWN, Marcela. Ombudsman de mídia: a fiscalização dos conteúdos televisivos. **EPTIC**, v. 9, n. 3, p. 1-35, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/WkzRrf>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BRONOSKY, Marcelo Engel. **O feitiço do vice-líder**: as telenovelas do SBT. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Centro de Comunicação e Artes. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1998. Disponível em: <http://goo.gl/D9VTun>. Acesso em: 26 ago. 2016.

BRUCK, Mozahir Salomão. Schutz, Sheherazade e o homem da rua: revisitando aspectos do jornalismo como construtor da realidade. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 22, n. 4, p. 19-35, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/5WnZbt>. Acesso em: 22 jan. 2018.

BUENO, André *et al.* **A esperança tem o nome de Maria**: um estudo de caso da novela Maria Esperança. Monografia (Disciplina de Entretenimento e Informação) – Pós-Graduação *lato sensu* em Jornalismo. São Paulo: Faculdade Cásper Libero, 2007. Disponível em: <http://goo.gl/KN7btA>. Acesso em: 26 ago. 2016.

CAMPANELLA, Bruno. A TV no Brasil: seis décadas e muitas histórias. **Matrizes**, v. 4, n. 2, p. 253-259, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/YL83Pd>. Acesso em: 22 jan. 2018.

CAMPELLO, Alexandre. Da proposta de marketing ao produto final: uma reflexão sobre o telejornal SBT Brasil, **Revista Mediação**, n. 5, 2006. Disponível em: <http://goo.gl/vk8l7j>. Acesso em: 26 ago. 2016.

CARDOSO, Vivianne Lindsay; CARVALHO, Juliano Maurício de. Face Paulista da TV Digital: Reflexão Sobre A Multiprogramação na TV Cultura. **EPTIC**, v. 13, n. 2, p. 1-16, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/szkdfF>. Acesso em: 22 jan. 2018.

CASTELLANO, Mayka; MACHADO, Heitor Leal. “Please, come to Brazil!”: as práticas dos fãs brasileiros do reality show RuPaul’s Drag Race. **Rumores**, v. 11, n. 21, p. 25-48, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/UUsrrP>. Acesso em: 22 jan. 2018.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Geopolítica da comunicação na Amazônia. **Comunicação & Sociedade**, n. 33, v. 57, p. 149-169, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/2MHWDJ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

COCA, Adriana Pierre. As rupturas de sentido na teledramaturgia brasileira contemporânea. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, v. 17, n. 2, p. 248-254, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/rAaUqn>. Acesso em: 22 jan. 2018.

CONTER, Marcelo Bergamin; KILPP, Suzana. Videoclipe: da canção popular à imagem-música. **Rumores**, v. 1, n. 2, p. 1-14, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/a4p7r5>. Acesso em: 22 jan. 2018.

COUTINHO, Iluska. Informação e opinião via palavra televisada. **Comunicação & Sociedade**, v. 22, n. 34, p. 234-237, 2000. Disponível em: <https://goo.gl/hXNcno>. Acesso em: 22 jan. 2018.

CUNHA, Ariely Kizzy; CASANOVA, Jaqueline Maria da Silva. Programa Silvio Santos e as possibilidades de interatividade do game show na TV digital. In: **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru: Intercom, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/56AacB>. Acesso em: 26 ago. 2016.

DALMONTE, Edson Fernando; SOUZA, Pedro Carlos Ferreira de; QUEIROZ, Caio Cardoso de. Espalhamento midiático e profanação: uma análise de memes sobre os debates eleitorais de 2014. **Comunicação & Sociedade**, v. 38, n. 3, p. 217-243, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/zakcrj>. Acesso em: 22 jan. 2018.

DELFINO, Janaina Batista de Souza. **Programação e audiência: um estudo de caso do SBT**. Monografia (Bacharelado em Rádio e TV) – Escola de Comunicação. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi.

DONATO, João Olavo de. **Aspectos da indústria de comunicação televisiva no Brasil: uma abordagem organizacional-humanística: o caso SBT**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1990.

DUARTE, Elizabeth Bastos; FREITAS, Rose Lumertz de. Telejornais: a ruptura tonal com as expectativas do subgênero. **E-Compós**, n. 8, p. 1-16, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/K6UkAL>. Acesso em: 22 jan. 2018.

ERTHAL, Claudia. O Domingo na TV Aberta Brasileira. **Rumores**, v. 5, n. 9, p. 1-4, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/ybtzoe>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FADUL, Anamaria. Telenovela e família no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, v. 22, n. 34, p. 13-39, 2000. Disponível em: <https://goo.gl/LB7Cce>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FIGUEIREDO, Ivan Vasconcelos. Os surdos na televisão: análise dos imaginários sociodiscursivos veiculados em reportagens do Jornal Visual. **Rumores**, v. 6, n. 11, p. 233-249, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/43Hq7x>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FONTENELE, Melissa; BARRETO, Virgínia Sá. Estratégias de comunicabilidade no telejornal SBT Brasil: Gêneros, corporalidades e pactos simbólicos. **Revista Temática**, v. 10, n. 5, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/brGp7B>. Acesso em: 26 ago. 2016.

FREIRE FILHO, João; CASTELLANO, Mayka; FRAGA, Isabela. “Essa tal de sociedade não existe...”: O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. **E-Compós**, v. 11, n. 2, p. 1-20, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/vG3Fe2>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FREITAS, Fernanda Lopes de. **Comunicação e complexidade**: o discurso mítico do SBT. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/4BYnfF>. Acesso em: 26 ago. 2016.

FREITAS, Fernanda Lopes de. **Relações Públicas e Complexidade**: o mito no discurso organizacional do SBT. Monografia (Bacharelado em Relações Públicas) – Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <http://goo.gl/oXVySj>. Acesso em: 26 ago. 2016.

FURTADO, Nina Rosa. **Comunicação e mentira em “Casos de família”**: uma abordagem psicanalítica e complexa de um programa de TV. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em: <http://goo.gl/fDwlnq>. Acesso em: 26 ago. 2016.

GALHARDI, Cláudia Pereira; MOHEDANO, Félix Ortega; IGARTUA, Juan José. A TV de Silvio Santos – estratégias mercadológicas na grade de programação do SBT: um enfoque quantitativo. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 24, n. 1, p. 1-24, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/9jz2VP>. Acesso em: 22 jan. 2018.

GASTALDO, Édison Luis. Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático. **Comunicação & Sociedade**, v. 25, n. 41, p. 115-133, 2004. Disponível em: <https://goo.gl/r3SyBa>. Acesso em: 22 jan. 2018.

GOMES JÚNIOR, Nelson; NOVO, Helena Aparecida. Silvio Santos vem aí: a mídia e a fragmentação da violência. **Caderno de Psicologia**, v. 12, n. 1, p. 97-112, 2002.

GOMES, Djalma da Paz. **Violência e televisão**: análise do conteúdo dos telejornais das Redes Globo e SBT. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Centro de Comunicação e Artes. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1998.

GOMES, Itania Maria Mota. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. **Revista FAMECOS**, v. 1, n. 25, 2004. Disponível em: <http://goo.gl/Uggok0>. Acesso em: 26 ago. 2016.

GOMES, Itania Maria Mota. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 11, n. 25, p. 85-98, 2004. Disponível em: <https://goo.gl/kmbiiQ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

GOMES, Mayra Rodrigues. A colonização da cultura: ainda sobre Classificação Indicativa. **Rumores**, v. 11, n. 22, p. 203-223, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/HPoKxb>. Acesso em: 22 jan. 2018.

GOULART, Alexander Bernardes. **Show do milhão**: imaginário de Silvio Santos e do SBT. Curitiba: Champagnat, 2002.

HERGESEL, João Paulo. Carrossel de sentimentos: melodrama na telenovela do SBT. **Fronteiras: estudos midiáticos**. Unisinos, São Leopoldo (RS), v. 19, p. 72-82, 2017b. Disponível em: <https://goo.gl/mqSpH2>. Acesso em: 18 abr. 2019.

HERGESEL, João Paulo. Sobre extensões narrativas, estilemas hiperbolizados e Patrulha Salvador. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 16, n. 31, p. 229-245, 2017a. Disponível em: <https://goo.gl/uQj9iJ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT. **Contracampo**, v. 36, n. 2, p. 81-99, 2017a. Disponível em: <https://goo.gl/h64Xec>. Acesso em: 22 jan. 2018.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. Melodrama infantojuvenil na televisão brasileira: análise estilística de Carrossel (SBT, 2012-2013). **Conexão: Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul (RS), v. 16, n. 31, p. 201-222, 2017b. Disponível em: <https://goo.gl/qjGKj4>. Acesso em: 18 abr. 2019.

KALIKOSKE, Andres. Ficção ibero-americana: cultura globalizada e rearranjos de mercado. **EPTIC**, v. 10, n. 3, p. 1-3, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/C5YWgZ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

KILPP, Suzana. Especularidade em mundos reality: o espelho do voto em Casa dos Artistas. **Revista da Intercom**, v. 30, n. 2, p. 149-164, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/QLbKW4>. Acesso em: 22 jan. 2018.

KILPP, Suzana; ALMEIDA, Fabiano de. Reality houses. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, v. 7, n. 2, p. 31-38, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/sFKU46>. Acesso em: 22 jan. 2018.

KILPP, Suzana; MONTAÑO, Sonia. Brasilidade Televisiva e Ritos Reality de Personalização. **E-Compós**, n. 4, p. 1-19, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/xViVgx>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LANA, Ligia Campos de Cerqueira; CORRÊA, Laura Guimarães; ROSA, Maitê Gugel. A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. **Contracampo**, n. 24, p. 120-139, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/NkxQwh>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LELO, Thales Vilela. Cenas comunicativas como palco de tensões: dos impasses que permeiam a constituição recíproca de interlocutores em Papo de Polícia. **Significação**, v. 43, n. 45, p. 200-219, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/wo4sWR>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LERY, Julia. Dilma no Jô: o papel do talk show e a crítica em uma sociedade polarizada. **Rumores**, v. 10, n. 19, p. 58-75, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/GFRMJU>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LIMA, Ana Paula Pereira. **Assis Chateaubriand e Silvio Santos**: patrimônios da imprensa nacional. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2001. Disponível em: <http://goo.gl/F0cHB2>. Acesso em: 26 ago. 2016.

LIMA, Manuela Motta Marques de; NEGRINI, Michele. A narrativa do Jornal Nacional e do SBT Brasil ao caso Edir Macedo e Igreja Universal do Reino de Deus. **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, v. 2, n. 3, 2015. Disponível em: <http://goo.gl/6erpVm>. Acesso em: 26 ago. 2016.

LIMA; Venicio A. de. Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, v. 30, n. 51, p. 13-37, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/qKJ66v>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LIMBERTO, Andrea. Reincidências do gênero musical durante o atestado midiático do dom. **Rumores**, v. 7, n. 13, p. 83-100, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/DoFa1s>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LOBATO, José Augusto Mendes. Demarcando fronteiras na tela da TV: as representações de alteridade na cobertura jornalística internacional. **Rumores**, v. 9, n. 18, p. 383-401, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/j3eAyg>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LOBO, Luiza. **A vida de Silvio Santos**. Áudio. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://goo.gl/GKcJ8f>. Acesso em: 26 ago. 2016.

LONGHINI, Beatriz; STURZA, Catarine. Influência da Internet na produção de pautas das televisões SBT MS e Record MS em Campo Grande-MS. In: **Anais do 5.º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo**. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/GLFYy2>. Acesso em: 26 ago. 2016.

LOPES, Daniel Barsi. Cidadania e Estado na sociedade midiaticizada: o programa Linha Direta sob a ótica da Recepção. Uma aproximação ao campo. **EPTIC**, v. 10, n. 1, p. 1-25, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/BRNKuo>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, v. 3, n. 1, p. 21-47, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/NpqQ4Z>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MAGALHÃES, Luiz Antonio Mousinho. O bruxo solto: recepção crítica da microssérie Capitu. **Rumores**, v. 9, n. 17, p. 164-182, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/ytQhfH>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MALDONADO, Alberto Efendy. Multiculturalismo na América Latina. Confluências e conflitos no espaço televisivo regional. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, v. 7, n. 3, p. 165-174, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/JWCcGY>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MARCON, Marcela Rosa Santos da Silva *et al.* Análise de matérias sobre meio ambiente veiculadas pelos telejornais de rede do SBT. In: GUIMARÃES, Maria Cristina Soares *et al.* (org.). **Divulgação e jornalismo científico em saúde e ambiente na Amazônia**. Manaus: Edua, 2014, p. 168-184. Disponível em: <http://goo.gl/ttbBtv>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MARIN, Elizara Carolina. **A ágora midiática**: entretenimento via programas de auditório Domingão do Faustão (Rede Globo) e Domingo Legal (SBT). Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Santa Maria: Unisinos, 2006.

MARTHA, Caroline Miranda *et al.* Silvio Santos vem aí: história, influência e modelo comunicacional. In: **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru: Intercom, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/LJ3AWq>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. **A TV mais feliz do Brasil**: a proposta de interação do SBT com a audiência. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2016.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. As mediações da interação do SBT com a audiência. **Revista Mediação**, v. 18, n. 22, 2016. Disponível em: <http://goo.gl/uobT2K>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. **Da tela à rede**: a construção da identidade sbtista. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) – Departamento de Artes e Humanidades. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2013.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. Resgate histórico das vinhetas do SBT: a busca por um “estilo SBTista”. **Revista Eletrônica CoMtempo**, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/O7YcYg>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MATTOS, Sérgio. Para entender a produção da TV brasileira. **Comunicação & Sociedade**, v. 26, n. 43, p. 206-209, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/QNtGnD>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MAYER, Vicki. A vida como ela é/pode ser/deve ser? O programa Aqui Agora e cidadania no Brasil. **Revista da Intercom**, v. 29, n. 1, p. 15-37, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/BUJJ59>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; REDONDO, Léo Vitor Alves. Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital. **Matrizes**, v. 3, n. 1, p. 145-163, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/nWbncu>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MENDONÇA, Carla; ANGELIS, Felipe De. Por uma autoridade reguladora de radiodifusão independente no Brasil. **EPTIC**, v. 17, n. 2, p. 153-167, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/9LZRHS>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MENESES, Verônica Dantas. Meio ambiente e televisão: um perfil da programação regional aberta no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, n. 1, p. 57-81, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/RKQgpw>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico**: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Edições Loyola; Olho D'água, 1995.

MIRA, Maria Celeste. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart *et al.* (org.). **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, p. 159-175.

MONTAÑO, Sonia. **A TV jogo no SBT**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2007. Disponível em: <http://goo.gl/0DypJx>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. Muito além da “casa portuguesa”: uma análise dos intercâmbios musicais populares massivos entre Brasil e Portugal. **Matrizes**, v. 2, n. 1, p. 227-241, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/VZoMW4>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MOREIRA, Diego Gouveia. Enunciados de estímulo à cultura participativa na TV Globo e a formação de um acontecimento discursivo. **Estudos Semióticos**, v. 12, n. 1, p. 55-67, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/Ghm6rP>. Acesso em: 22 jan. 2018.

NAZÁRIO, Paola Madeira. Digitalização da TV: organização social e comunicacional. **EPTIC**, v. 10, n. 1, p. 1-5, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/Em7LWG>. Acesso em: 22 jan. 2018.

NOVAES, Anderson Lucas. A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas *Astros* (SBT) e *Ídolos* (Rede Record). **Revista Espaço Livre**, v. 5, n. 9, 2010. Disponível em: <http://goo.gl/t2Cus8>. Acesso em: 26 ago. 2016.

OLIVEIRA, Euclides Quandt de. O Código Brasileiro de Telecomunicações: Considerações Acerca do Marco Legal. **EPTIC**, v. 9, n. 3, p. 1-15, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/GqSiEH>. Acesso em: 22 jan. 2018.

OLIVEIRA, Pedro Henrique Lucena de. **Caixa preta da audiência local**: como DF Record, DFTV e SBT Brasília trabalham a notícia, pensam o jornalismo, ganham ou perdem público. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo). Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2009. Disponível em: <http://goo.gl/EuFSyR>. Acesso em: 26 ago. 2016.

PEREIRA, Verena Carla. A produção de documentários através do DOCTV. **Rumores**, v. 2, n. 4, p. 1-11, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/waj2MC>. Acesso em: 22 jan. 2018.

PEREIRA; Patrícia Resende. O telejornal vai ao divã. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 1, p. 261-263, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/3r7qog>. Acesso em: 22 jan. 2018.

PIENIZ, Mônica. Mediação estrutural da tecnicidade: o trânsito das audiências a partir do Twitter. **Matrizes**, v. 9, n. 1, p. 213-228, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/ewq74r>. Acesso em: 22 jan. 2018.

PONTI, Martín. Globo vs. Sistema Brasileiro de Televisão (SBT): Paradigms of Consumption and Representation on Brazilian Telenovelas. In: CASTAÑEDA, Mari; RIOS, Diana. **Soap Operas and Telenovelas in the Digital Age: Global Industries and New Audiences**. Nova Iorque *et al.*: International Academic Publishers, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/T7EmGr>. Acesso em: 26 ago. 2016.

PREVEDELLO, Carine Felkl. Política na convergência: as perspectivas para o Canal da cidadania na televisão digital brasileira. **EPTIC**, v. 17, n. 3, p. 29-43, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/sN6f2Z>. Acesso em: 22 jan. 2018.

PRIMO, Alex. Blogs e seus gêneros: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. **Matrizes**, v. 4, n. 1, p. 129-147, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/touUKt>. Acesso em: 22 jan. 2018.

RAIMUNDO, Lucas Alves. **Estudo de caso**: a apresentação do telejornal local SBT Brasília pela jornalista Neila Medeiros pode ser considerada ancoragem?. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Departamento de Jornalismo. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/TaQ7RD>. Acesso em: 26 ago. 2016.

RAMOS, Roberto. Âncora: algumas práticas semiológicas. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 14, n. 32, p. 85-88, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/riZAJC>. Acesso em: 22 jan. 2018.

RAMOS, Roberto. Aqui, agora: poder e mito. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 5, n. 9, p. 111-117, 1998. Disponível em: <https://goo.gl/m2Nsk5>. Acesso em: 22 jan. 2018.

RAMOS, Roberto. Casa dos Artistas 3: comunicação e ideologia. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 11, n. 23, p. 109-118, 2004. Disponível em: <https://goo.gl/JJvkqp>. Acesso em: 22 jan. 2018.

REIS, Gabriel Vianna. **A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Radialismo) – Escola de Comunicação. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://goo.gl/DXVn5H>. Acesso em: 26 ago. 2016.

RIOS, Ricardo Matos de Araújo; FIGUEIREDO, Ivan Vasconcelos. O auditório do povão: a ligação entre as colegas de trabalho e Silvio Santos. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 5, n. 1, 2016. Disponível em: <http://goo.gl/xXNg3L>. Acesso em: 26 ago. 2016.

ROCHA, Reuben. Ficção-Verdade: Fronteira semiótica na montagem narrativa de Valêncio Xavier. **Rumores**, v. 3, n. 6, p. 1-14, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/Tf195c>. Acesso em: 22 jan. 2018.

RODRIGUES, Adriana Alves; DANTAS, Bianca de Souza. Idade do crime: a cobertura da maioria penal do SBT Brasil. **Revista Tropos**, v. 1, n. 2, 2014. Disponível em: <http://goo.gl/D9cH1q>. Acesso em: 26 ago. 2016.

RODRIGUES, Sabrina Aparecida; SANTANA, Geórgia Cynara Coelho. Catálogo de Espetáculos: a teoria hipodérmica no Programa Sílvio Santos. In: **Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste**. Goiânia: Intercom, 2010. Disponível em: <http://goo.gl/RrjJyY>. Acesso em: 26 ago. 2016.

RONSINI, Veneza Veloso Mayora; WOTTRICH, Laura Hastenpflug. Vida de velhas: cotidiano e telenovela. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, n. 2, p. 187-209, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/J3VjXE>. Acesso em: 22 jan. 2018.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; DAMASCENO, Alex. A Prescrição do Corpo Televisivo: Interdição, Autoria, Repetição e Trans-aparência. **Comunicação Midiática**, v. 9, n. 2, p. 68-81, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/7ByQ9G>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SALLAS, Ana Luisa Fayet; PETERS, Ana Paula; GILLER, Marília; KASEKER, Mônica Panis. A modernidade e os imaginários sonoros do Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 10, n. 29, p. 75-95, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/Sc4jcc>. Acesso em: 22 jan. 2018.  
SANCHOTENE, Carlos Renan Samuel; BORELLI, Viviane. Mídia e religião: estratégias de “cura” financeira pela IURD. **Rumores**, v. 2, n. 4, p. 1-11, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/GJ3UFJ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SANTOS, Robson Souza dos. A babá eletrônica de todas as manhãs: análise da programação infantil da Rede Globo e do SBT. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/ztNne6>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 16, n. 1, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2vmRAcq>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SILVA, Edson Santos; RIGOLON, Wilma. O slogan publicitário: algumas estratégias argumentativas. **Rumores**, v. 2, n. 4, p. 1-10, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/uSnkdS>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SILVA, Fernanda Mauricio da. Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia. **Galáxia**, n. 25, p. 123-134, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/uq5Utp>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SILVA, Fernanda Mauricio. Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia. **Revista Galáxia**, n. 25, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/FktJki>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SILVA, Luiz Henrique de Souza; BARRETO, Virgínia Sá. Processos de midiaticização em telejornalismo: análise da produção, circulação e do programa SBT Brasil. In: **Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Mossoró: Intercom, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/OpQRJ0>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da; STÜRMER, Adriana. Identificação com a audiência: produção televisiva local. **Matrizes**, v. 3, n. 2, p. 247-268, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/7gHva2>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SIMÕES, Cassiano Ferreira. TV a cabo, TV aberta e regionalização da televisão brasileira nos anos 90. **EPTIC**, v. 8, n. 3, p. 129-151, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/1XiJwj>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SIQUEIRA, Fernando Mariano de. **Inovações na difusão televisiva: a TV conectada no caso do SBT**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Mestrado em Comunicação. São Caetano do Sul: Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2012. Disponível em: <http://goo.gl/5jcGXV>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SOLDI, Dimas Alexandre. Sequência genérica de programas televisivos: uma proposta de análise audiovisual. **Estudos Semióticos**, v. 4, p. 1-11, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/p1Hv8H>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SOUSA, Silvia Maria de. Luz, câmera, moviment(ação). Estratégias enunciativas de construção do sincretismo no Programa Silvio Santos. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 3, n. 2, 2005. Disponível em: <http://goo.gl/5RHJqm>. Acesso em: 26 ago. 2016.

SOUSA, Silvia Maria de. **Silvio Santos vem aí: programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica**. Niterói: Editora da UFF, 2011.

SOUZA, Danielle Azevedo. A internet como suporte jornalístico em Aracaju: Adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. **EPTIC**, v. 8, n. 2, p. 1-22, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/8ZRZpM>. Acesso em: 22 jan. 2018.

STRACCIA, Carlos. Livros e televisão: cuidados nas travessias. **Comunicação & Sociedade**, v. 27, n. 44, p. 205-209, 2005. <https://goo.gl/LfVd99>. Acesso em: 22 jan. 2018.

STRAUBHAAR, Joseph. Sedimentada, híbrida e múltipla? A nova geografia cultural das identidades. **Matrizes**, v. 7, n. 1, p. 59-93, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/QH1Mjy>. Acesso em: 22 jan. 2018.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. O tempo e o trânsito: uma análise sobre telejornalismo, modernidade e espaço urbano. **Comunicação & Sociedade**, v. 37, n. 5, p. 191-214, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/qEG4nQ>. Acesso em: 22 jan. 2018.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NUNES, Mônica Rodrigues. Conteúdos culturais do telejornalismo e a presença das mulheres jornalistas. **Rumores**, v. 8, n. 16, p. 198-217, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/QAD5iB>. Acesso em: 22 jan. 2018.

TOMAZ, Renata. “Criança pode cantar e dançar funk?” – as repercussões dos vídeos de MC Melody e as disputas no campo da infância. **Estudos Semióticos**, v. 12, n. 2, p. 90-97, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/dBqQ73>. Acesso em: 22 jan. 2018.

VIEIRA, Amanda Veronesi. O éthos de Silvio Santos: complexidade e construção da imagem. **Revista Mediação**, v. 18, n. 22, 2016. Disponível em: <http://goo.gl/19hs3t>. Acesso em: 26 ago. 2016.

## APÊNDICE B

### FIGURAS DE LINGUAGEM:

#### Compilação de recursos estilísticos passíveis de aplicação nas narrativas midiáticas

A Estilística, quando aplicada ao texto verbal, costuma se dividir em pelo menos quatro esferas: fônica, que investiga a sonoridade; léxica, que observa a escolha das palavras; sintática, que analisa a organização das frases; e semântica, que foca o sentido. Dentro desses grupos, os recursos expressivos identificados recebem nomenclaturas específicas, o que os torna figuras de harmonia, figuras de palavra (ou tropos), figuras de construção e figuras de pensamento, respectivamente.

Tais figuras de linguagem, ou pelo menos boa parte delas, acabam se manifestando também no discurso audiovisual, como pudemos perceber nas análises desenvolvidas ao longo desta tese. Para que se tenha um registro formal das figuras de linguagem já citadas por autores renomados no estudo do estilo, compilamos uma parcela desses recursos, seguidos de sua definição, nas listas abaixo.

#### *Fonoestilística*

A “fonoestilística” (HENRIQUES, 2011, p. 130) – também chamada de “estilística do som” (MARTINS, 2008, p. 45), “estilística fônica” (HENRIQUES, 2011, p. 95) e enquadrando-se na descrição para “metaplasmos” (MONTEIRO, 2005, p. 64) – é a parte da Estilística que se atém aos recursos aplicados à sonoridade do texto, ou de forma mais abrangente, da expressão.

Essa camada, nas palavras de Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 45), “trata dos valores expressivos de natureza sonora observáveis nas palavras e nos enunciados”. A ela interessam os “desvios ou alterações que incidem na forma das palavras, em sua constituição sonora”, segundo José Lemos Monteiro (2005, p. 64). Para Claudio Cezar Henriques (2011, p. 98), “importam a expressividade e a impressividade do ritmo, da elocução e do material sonoro empregados no texto”.

Quando pensamos em televisão, vemos que a fonoestilística se mostra útil para identificar os traços de afetividade, prioritariamente, na camada do audiovisual que diz respeito ao som: ruídos, falas, imitações, diálogos, sotaque, entoação, altura, duração, ritmo, dentre outros aspectos das trilhas sonora e musical. A esses efeitos comunicativos provocados aplica-se o nome de “figuras de harmonia”.

Com base em autores como José Luiz Fiorin (2016) e Henri Suhamy (1994), estabelecemos um levantamento das figuras de harmonia passíveis de existência no universo midiático. Foram detectadas, na bibliografia consultada, exatas 38 figuras de harmonia, número que pode se expandir em pesquisas futuras. Para que tenhamos registro de suas definições e características, listamos cada uma delas abaixo, em ordem alfabética:

1. Aférese: “supressão de fonema ou sílaba no início da palavra” (MONTEIRO, 2005, p. 64); “omissão do som inicial de uma palavra” (FIORIN, 2016, p. 189).
2. Aliteração: “repetição continuada dos mesmos sons consonantais, independentemente da posição que ocupam nas palavras, distribuídas em sequência ou com proximidade” (HENRIQUES, 2011, p. 130); “figura de realce e intencional, [...] que transcreve em sinais sonoros a unidade de visão inerente à obra de arte” (SUHAMY, 1994, p. 77-78).
3. Apócope: “supressão no fim de palavra” (MONTEIRO, 2005, p. 64); “é a queda de um som no final da palavra” (FIORIN, 2016, p. 190).
4. Apofonia: “passar de uma palavra ou de um conjunto de sílabas a outro, entre os quais só existe uma diferença mínima” (SUHAMY, 1994, p. 78).
5. Assimilação: “é a aproximação ou identificação de dois fonemas, pela influência de um sobre o outro” (FIORIN, 2016, p. 192).
6. Assonância: “caracteriza-se pela repetição vocálica em sílabas tônicas” (HENRIQUES, 2011, p. 130).
7. Batologia: “redundância de um tema de forma rítmica e repetitiva” (SUHAMY, 1994, p. 82).
8. Crase: “é a fusão de duas vogais, que ocorrem na mesma palavra ou em palavras contíguas” (FIORIN, 2016, p. 191).
9. Desnasalação: “é a conversão de um fonema oral em nasal” (FIORIN, 2016, p. 193).
10. Dissimilação: “é o afastamento ou diferenciação de dois fonemas, pela influência de um sobre o outro” (FIORIN, 2016, p. 192).
11. Eco: “jogos sonoros de reiteração com efeitos estéticos, como na frase de Guimarães Rosa: *E o cavalo, lã, lã, pôs pernas para diante e o corpo para trás*” (MARTINS, 2008, p. 63).
12. Elisão (ou sinalefa): “é a queda da vogal final de uma palavra, quando a seguinte começa por vogal” (FIORIN, 2016, p. 191).
13. Ensurdecimento: “é a troca de um fonema sonoro por um surdo” (FIORIN, 2016, p. 193).

14. Epêntese: “acrécimo de fonema no meio de vocábulo” (MONTEIRO, 2005, p. 65); “aumento de um som no meio da palavra” (FIORIN, 2016, p. 189).
15. Eufuísmo: “exploração de paronomásias antitéticas” (SUHAMY, 1994, p. 80).
16. Haplologia: “é a síncope em que ocorre a queda de uma sílaba no meio da palavra” (FIORIN, 2016, p. 190).
17. Harmonia imitativa: “ocorre quando a aliteração, combinada ou não com a assonância, se associa à ideia que expressa” (HENRIQUES, 2011, p. 131).
18. Harmonismo: “combinação de sonoridades selecionadas, acopladas, articuladas com intenções sugestivas” (SUHAMY, 1994, p. 113).
19. Hiberbabismo: “é a mudança do lugar do acento tônico” (FIORIN, 2016, p. 192).
20. Homeoptoto: “repetição de palavras que apresentam a mesma desinência verbal ou nominal” (FIORIN, 2016, p. 114).
21. Lambdacismo: “é a troca do *r* pelo *l*” (FIORIN, 2016, p. 194).
22. Metágrafo: “são mudanças gráficas, pois muitas vezes são as letras e não os sons que significam” (FIORIN, 2016, p. 196).
23. Metátese: “é a alteração da ordem de dois elementos fônicos” (FIORIN, 2016, p. 192).
24. Monotongação: “é a conversão de um ditongo em monotongo” (FIORIN, 2016, p. 194).
25. Nasalização: “é a conversão de um fonema oral em nasal” (FIORIN, 2016, p. 194).
26. Neografismo: “caracteriza-se pela utilização de recursos ortográficos (oficiais ou adaptados) para obter efeitos de humor, crítica, ênfase, clareza” (HENRIQUES, 2011, p. 133).
27. Onomatopeia: “uma tentativa de reprodução da voz de um animal ou de um som ou de um ruído natural ou artificial” (HENRIQUES, 2011, p. 132).
28. Paragoge (ou epítese): “aumento no fim [da palavra]” (MONTEIRO, 2005, p. 65); “acrécimo de um som no final da palavra” (FIORIN, 2016, p. 189).
29. Parequema: “é a figura em que se termina uma palavra com a mesma sílaba com que começa a seguinte” (FIORIN, 2016, p. 112).
30. Paronomásia: “consiste no emprego associado de palavras de significados diferentes, mas aproximadas do ponto de vista fono-ortográfico”; “aproximação de dois vocábulos semelhantes, mas que diferem pelo sentido” (SUHAMY, 1994, p. 79).
31. Poliptote (ou derivação): aproximação sonora de “palavras derivadas de um mesmo radical” (SUHAMY, 1994, p. 80). Equivale à anominação, que “consiste no emprego de palavras derivadas do mesmo radical – em uma mesma frase ou em frases mais ou menos próximas” (MARTINS, 2008, p. 66).

32. Prótese: “aumento de fonema no início da palavra” (MONTEIRO, 2005, p. 65); “aumento de um som no início da palavra” (FIORIN, 2016, p. 188).
33. Rima: “coincidência de sons, geralmente finais das palavras, que se dá na poesia, em conformidade com esquema mais ou menos regular” (MARTINS, 2008, p. 63); “eco sonoro que produz efeito de orquestração” (SUHAMY, 1994, p. 76).
34. Rotacismo: “é a troca do *l* pelo *r*” (FIORIN, 2016, p. 194).
35. Síncope: “queda de fonema(s) no meio do vocábulo” (MONTEIRO, 2005, p. 64); “queda de um som no meio da palavra” (FIORIN, 2016, p. 190).
36. Suarabácti (ou anaptixe): “é um tipo particular de epêntese, em que se coloca um som vocálico no meio de um grupo consonantal para desfazê-lo” (FIORIN, 2016, p. 189).
37. Vocalização: “é a conversão de um fonema consonântico num vocálico” (FIORIN, 2016, p. 193).

Outros exemplos de metaplasmos – como aglutinação, fortição, lenição, entre outros – poderiam ter sido relacionados; porém, acreditamos que esses recursos estejam muito mais aplicados à transformação da língua em seu processo evolutivo do que em escolhas providas do estilo de criação.

### *Morfoestilística*

A “morfoestilística” (HENRIQUES, 2011, p. 134) – também chamada de “estilística da palavra” (MARTINS, 2008, p. 97), “estilística lexical” (HENRIQUES, 2011, p. 99) e enquadrando-se na descrição para “metassememas” (MONTEIRO, 2005, p. 84) – é a parte da Estilística que se atém aos recursos aplicados à escolha das palavras de um texto, ou de modo mais abrangente, da expressão.

Essa camada, nas palavras de Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 97), “estuda os aspectos expressivos das palavras ligados aos seus componentes semânticos e morfológicos”. Ela “substitui um semema por outro, produzindo alterações no plano das unidades do significado (forma do conteúdo), ao modificar os conjuntos de semas da norma”, segundo José Lemos Monteiro (2005, p. 84). Para Claudio Cezar Henriques (2011, p. 105), “pode servir para mostrar que arte, técnica, estudo, bom gosto e ousadia não são bens inacessíveis e que qualquer pessoa tem o direito de escolher conscientemente as palavras que pretende usar em seus textos”.

Quando pensamos em televisão, vemos que a morfoestilística se mostra eficaz para identificar os traços de sensibilidade por meio da forma, com base na ideia de similaridade e

contiguidade nos sons e nas imagens. A esses efeitos comunicativos provocados aplica-se o nome de “figuras de palavras” – que na retórica aristotélica eram conhecidas como “tropos”, termo ainda muito utilizado.

Com base em autores como José Luiz Fiorin (2016) e Henri Suhamy (1994), estabelecemos um levantamento das figuras de palavras passíveis de existência no universo midiático. Foram detectadas, na bibliografia consultada, exatas 48 figuras de palavras, número que pode se expandir em pesquisas futuras. Para que tenhamos registro de suas definições e características, listamos cada uma delas abaixo, em ordem alfabética:

1. Abstração: “consiste em referir um objeto ou um fenômeno através de uma qualidade abstrata” (SUHAMY, 1994, p. 56).
2. Adínton: “uma perífrase que exponha impossibilidades” (FIORIN, 2016, p. 84).
3. Alegoria: “é uma composição simbólica, feita de vários elementos que formam um conjunto coerente e devolvem termo a termo o seu conteúdo significativo” (SUHAMY, 1994, p. 45); “sequência logicamente ordenada de metáforas que exprimem ideias diferentes das enunciadas” (HENRIQUES, 2011, p. 135).
4. Antonomásia: “ocorre quando um substantivo comum assume o lugar de um substantivo próprio por funcionar com seu equivalente semântico” (HENRIQUES, 2011, p. 138).
5. Aposição: “indica um caso gramatical corrente, em que se torna uma figura poética e imaginativa quando ela se liga à apóstrofe ou a prolonga” (SUHAMY, 1994, p. 118).
6. Aposiopese (ou rotura ou ab-ruptão ou reticência): “ação de se interromper, quando se está falando, parar de falar, silêncio” (FIORIN, 2016, p. 88).
7. Apóstrofe: “distanciamento da situação de enunciação para trazer à cena enunciativa quem, em princípio, não era o interlocutor” (FIORIN, 2016, p. 55).
8. Catacrese: “tipo de metáfora que supre, por semelhança, a ausência de um significante próprio para representar um significado” (HENRIQUES, 2011, p. 137).
9. Circunlóquio: “é uma frase que, ao traduzir um obstáculo real ou simulado, alonga a expressão enfraquecendo-a completamente” (SUHAMY, 1994, p. 61).
10. Comparação: “requer apenas o uso das marcas dos graus de igualdade e desigualdade” (HENRIQUES, 2011, p. 136).
11. Disfemismo: uma expressão com conotações que são ofensivas seja para quem expressa, seja para seu interlocutor, seja para ambos os casos (CHAMIZO DOMÍNGUEZ, 2004, p. 45).
12. Dissonância: “o imperfeito utilizado em vez do pretérito perfeito” (SUHAMY, 1994, p. 62).

13. Emblema: “é um signo deliberadamente escolhido, que, da parte de um indivíduo ou duma comunidade, quer afirmar uma personalidade, divulgar a identificação de um valor, como uma divisa exprimida visualmente” (SUHAMY, 1994, p. 45).
14. Enálage: “joga com as categorias gramaticais de base, tempos, números, pessoas, funções” (SUHAMY, 1994, p. 61); “uso de uma categoria gramatical por outra” (FIORIN, 2016, p. 97).
15. Epífrase (ou epifonema): espécie de parembola que serve para “marcar as exclamações de indignação, as reflexões moralistas, as conclusões e ideias gerais cujos oradores ou personagens fictícias comentam os próprios discursos” (SUHAMY, 1994, p. 120).
16. Eponímia: “ocorre quando um substantivo próprio assume o lugar de um substantivo comum por funcionar como seu equivalente semântico” (HENRIQUES, 2011, p. 139).
17. Etimologismo: “é uma forma de se servir de uma palavra dando-lhe o seu sentido de origem” (SUHAMY, 1994, p. 34).
18. Eufemismo: “alternativa a uma expressão despreferida, a fim de evitar a possível perda de rosto ou o próprio rosto ou, por ofensa, o do público ou de algum terceiro” (Keith Allan & Kate Burridge *in* CHAMIZO DOMINGUEZ, 2004, p. 45).
19. Glossema: “é um significado que veio de algures, e não da palavra que se poderia esperar” (SUHAMY, 1994, p. 34).
20. Hendíade: “construção que substitui a subordinação sintática por um complemento ou por uma coordenação simples” (SUHAMY, 1994, p. 64),
21. Hipálage: “transferências sintáticas que sobretudo dizem respeito aos adjetivos, que deslocam ou invertem” (SUHAMY, 1994, p. 62); “consiste em se associar um adjetivo a um substantivo que não é, do ponto de vista lógico, o seu determinado” (HENRIQUES, 2011, p. 145).
22. Hipocorismo: “figura sobretudo morfológica pela qual se manifesta o afeto, através de diminutivos ou chamamentos aparentemente depreciativos” (SUHAMY, 1994, p. 125).
23. Hiponímia: “faz com que o utilizador profissional de um material ou instrumento se refira [a eles] com termos precisos e imprecisos, minuciosos e tangenciais e diversos campos semânticos” (SUHAMY, 1994, p. 59).
24. Imagem: “têm uma forma maior do que aquela que normalmente se associa às metáforas, mas que pela sintaxe se assemelham mais às comparações” (SUHAMY, 1994, p. 40).
25. Implicação: “quando o uso dá ao adjetivo um sentido genérico [...] uma *estante livresca* em vez de uma *estante de livros*” (SUHAMY, 1994, p. 63).

26. Metáfora: “uma comparação em que o espírito, induzido pela associação de duas representações, confunde num só termo a noção caracterizada e o objeto sensível tomado como ponto de comparação” (MARTINS, 2008, p. 121).
27. Metalepse: “o antecedente é tomado pelo conseqüente ou vice-versa” (FIORIN, 2016, p. 103).
28. Metonímia: “atua com as relações de contigüidade, onde prevalece o entendimento de um vocábulo por outro porque ambos são postos no mesmo campo semântico denotativo” (HENRIQUES, 2011, p. 138).
29. Mito: “uma alegoria em que se acredita” (SUHAMY, 1994, p. 46).
30. Mitologismo: descrever os objetos “referindo-se à leitura do mundo que as mitologias antigas propunham [...] Vênus significando o amor ou a beleza, Marte, a guerra” (SUHAMY, 1994, p. 122).
31. Neologismo: termo inventado “para se referir a um objeto ou conceito novo” (SUHAMY, 1994, p. 34).
32. Parábola: “uma história alegórica que contém uma lição moral ou religiosa” (SUHAMY, 1994, p. 46).
33. Parembola: “é um intercalar mais ou menos deslocado em relação ao discurso em que se encontra, como um aparte no teatro” (SUHAMY, 1994, p. 120).
34. Patético: “rupturas na concordância dos tempos” (SUHAMY, 1994, p. 62).
35. Perífrase: “é uma designação descritiva que substitui uma palavra” (SUHAMY, 1994, p. 61).
36. Preterição: “consiste em anunciar que não vai tratar tal assunto, mesmo que na realidade se fale dele” (SUHAMY, 1994, p. 149).
37. Pronominação: “é uma designação perifrásica mais ou menos legendária” (SUHAMY, 1994, p. 61).
38. Prosopopeia: “tipo de metáfora que consiste em dar vida, ação, movimento ou voz a seres inanimados” (HENRIQUES, 2011, p. 137).
39. Protosopopeia: “consiste em invocar um ser ausente, uma ideia abstrata, uma coisa, um animal, etc.” (SUHAMY, 1994, p. 117).
40. Provérbio: “uma parábola condensada” (SUHAMY, 1994, p. 46).
41. Sermocinação: “quando se trata de fazer monologar interlocutores ausentes ou fictícios” (SUHAMY, 1994, p. 118).

42. Silepse: “a concordância de pessoa, de gênero e de número não se faz com a categoria gramatical expressa [...], mas com o que ela denota no contexto, pois ela estará sendo usada com o valor de outra” (FIORIN, 2016, p. 92).
43. Símbolo: “é uma representação significativa. Por exemplo, a balança, símbolo da justiça” (SUHAMY, 1994, p. 45).
44. Símile: “ocorre quando a comparação é associativa, ou seja, quando o cotejo entre as duas partes aproxima dois campos conceituais a princípio independentes e emprega a conjunção ‘como’ – ou equivalentes” (HENRIQUES, 2011, p. 136).
45. Sinédoque: “ocorre quando se alarga ou restringe a significação normal de uma palavra e se designa a parte pelo todo ou vice-versa” (HENRIQUES, 2011, p. 138).
46. Sinestesia: “amálgama de sensações distintas, às vezes obtido pela simples deslocação de um termo que regularmente se vincularia a outro” (MONTEIRO, 2005, p. 90)
47. Sobrenome: quando o sobrenome de alguém se torna a perífrase para algo “sobretudo se é criado uma espécie de mito” (SUHAMY, 1994, p. 61).
48. Tapinose: “processo satírico pelo qual se exprime uma ideia pejorativa sob a forma de uma constatação neutra não se comprometendo com nada” (SUHAMY, 1994, p. 125).

### *Taxioestilística*

A “taxioestilística” (HENRIQUES, 2011, p. 142) – também chamada de “estilística da frase” (MARTINS, 2008, p. 163), “estilística sintática” (HENRIQUES, 2011, p. 105) e enquadrando-se na descrição para “metataxes” (MONTEIRO, 2005, p. 79) – é a parte da Estilística que se atém aos recursos aplicados à análise da organização das frases dentro de um texto, ou de maneira mais abrangente, da expressão.

Essa camada, nas palavras de Nilce Sant’Anna Martins (2008, p. 164), se preocupa com os “tipos de frase que se podem formar – e os desvios dela que constituem traços originais e expressivos”. Ela corresponde aos “desvios que afetam a estrutura sintática”, segundo José Lemos Monteiro (2005, p. 142). Para Claudio Cezar Henriques (2011, p. 105), “os tópicos e os focos dados no interior das frases resultam em efeitos na ordem das palavras, na combinação de sintagmas, na disposição dos termos e nas escolhas morfossintáticas”.

Quando pensamos em televisão, vemos que a taxioestilística se mostra pertinente para identificar os traços de passionalidade, com base na ordem como os programas são compostos, suas interferências, intensificações, repetições e atenuações, tanto na narrativa em si como nos

mecanismos que implicam a pós-produção e a edição do produto. A esses efeitos comunicativos provocados aplica-se o nome de “figuras de construção”.

Com base em autores como José Luiz Fiorin (2016) e Henri Suhamy (1994), estabelecemos um levantamento das figuras de construção passíveis de existência no universo midiático. Foram detectadas, na bibliografia consultada, exatas 65 figuras de palavras, número que pode se expandir em pesquisas futuras. Para que tenhamos registro de suas definições e características, listamos cada uma delas abaixo, em ordem alfabética:

1. Anacoluto: “figura em que se topicaliza um termo qualquer, para enfatizá-lo, mas, ao realizar essa operação, omite-se um conector que rege o elemento topicalizado e, por essa razão, ele fica sem função sintática na frase” (FIORIN, 2016, p. 168).
2. Anadiplose: “processo de repetição e de encadeamento pelo qual se retoma numa proposição uma palavra presente na proposição anterior. A ligação é perfeita quando a palavra recai sobre ela própria, ocupando a última posição e depois a primeira” (SUHAMY, 1994, p. 73).
3. Anáfora: “consiste em começar vários versos, frases ou partes de frases sucessivas pela mesma palavra ou grupo de palavras” (SUHAMY, 1994, p. 72); “consiste na repetição de palavra ou de sintagma no início de versos, orações ou frases seguidas” (HENRIQUES, 2011, p. 140).
4. Anantapodotom: “forma peculiar de anacoluto: quando entre dois elementos de uma frase alternativa, só o primeiro é exprimido inteiramente” (SUHAMY, 1994, p. 135).
5. Anástrofe: “tipo de hipérbato que nos transporta à simetria e aos efeitos de reflexo, porque inverte a ordem normal das palavras” (SUHAMY, 1994, p. 103).
6. Antanáclase: “consiste em retomar uma palavra numa frase colocando-lhe dois sentidos diferentes que ela pode assumir” (SUHAMY, 1994, p. 74).
7. Anteisógoge: “consiste em descrever um objeto comparando o que ele não é com o que ele é” (SUHAMY, 1994, p. 97).
8. Antimetábole (ou reversão): “uma forma primitiva do quiasmo, aquela que consiste em opor os mesmos termos numa ordem inversa” (SUHAMY, 1994, p. 95).
9. Assíndeto: “é uma forma de parataxe onde se omite sobretudo as conjunções de coordenação, de concessão, de oposição, tais como *e*, *ou*, *mas*, *enquanto*” (SUHAMY, 1994, p. 133).
10. Associação: “aposições descritivas que acrescentam uma precisão um pouco supérflua” (SUHAMY, 1994, p. 84).

11. Braquilogia: “é uma expressão curta, condensada, que não resulta de uma omissão que se possa sempre localizar e colmatar, mas de uma condensação” (SUHAMY, 1994, p. 134).
12. Concatenação (ou epíploce): “dispõem-se as sequências umas das outras, retomando um elemento do sintagma anterior no seguinte, encadeando-os assim uns aos outros” (FIORIN, 2016, p. 149).
13. Conglobação (ou epimerismo ou seriação): “acumulação persuasiva” (SUHAMY, 1994, p. 110).
14. Cronografia: “descreve o tempo em que se desenrola um acontecimento” (FIORIN, 2016, p. 162).
15. Dador ético: “é um pronome pessoal complemento de atributo, completamente expletivo, que exprime indiretamente o interesse que se coloca no objetivo do discurso” (SUHAMY, 1994, p. 83).
16. Diácope: “quando se intercala uma palavra ou sintagma na série de palavras repetidas, cortando-se a sequência” (FIORIN, 2016, p. 116).
17. Diáfora: espécie de antanáclase que consiste em dar “à palavra um sentido mais vivo, mais elevado, na segunda utilização” (SUHAMY, 1994, p. 75).
18. Dissimetria (ou assimetria): “consiste no desenvolvimento desequilibrado de uma frase” ou “colocar nas funções análogas termos de natureza diferente” ou ainda “esquecer de respeitar um equilíbrio esperado” (SUHAMY, 1994, p. 99).
19. Elipse: “consiste em não utilizar numa frase elementos que deveriam nela encontrar-se” (SUHAMY, 1994, p. 129).
20. Epanadiplose (ou ciclo): espécie de epanalepse “quando há duas proposições” (SUHAMY, 1994, p. 76).
21. Epanáfora: “a palavra repetida é coordenada com ela mesma” (SUHAMY, 1994, p. 70).
22. Epanalepse: “consiste em colocar uma mesma palavra no princípio e no fim da frase” (SUHAMY, 1994, p. 75).
23. Epanástrofe: “repetição de uma ou mais orações com inversão na ordem das palavras” (FIORIN, 2016, p. 130).
24. Epanode: “exploração cômica, retórica ou lírica pelo seu caráter obsessivo [de repetição]” (SUHAMY, 1994, p. 70)
25. Epânodo: “repetição separadamente, com a finalidade de desenvolver-lhes o sentido, de termos ou sintagmas que ocorrem ligados um do outro” (FIORIN, 2016, p. 126).
26. Epímone: “repetição aleatória de palavras ou sintagmas” (FIORIN, 2016, p. 122).

27. Epístrofe (ou epífora): “consiste em terminar versos, frases, etc., com as mesmas palavras ou grupos de palavras” (SUHAMY, 1994, p. 72).
28. Epitocrasmo (ou epitocrasma): “enumeração abundante de elementos justapostos, num ritmo insistente e irregular” (SUHAMY, 1994, p. 108).
29. Epizeuxe (ou reduplicação): “consiste em repetir uma palavra sem conjunção de coordenação” (SUHAMY, 1994, p. 69).
30. Etopeia: “tem por finalidade descrever a maneira de ser de uma personagem: seus costumes, seus vícios, suas virtudes, seus defeitos, suas qualidades morais, enfim, seu caráter” (FIORIN, 2016, p. 158).
31. Expleção: “consiste em utilizar palavras ou figuras não indispensáveis, embora geralmente autorizadas pela gramática prescritiva” (SUHAMY, 1994, p. 83).
32. Expolição (ou expoliação): “consiste em enumerar uma série de argumentos, com insistência litânica” (SUHAMY, 1994, p. 111).
33. Gradação: “caracteriza-se pela acumulação sucessiva de palavras ou expressões que intensificam progressiva ou regressivamente uma ideia” (HENRIQUES, 2011, p. 149).
  - a. Gradação em clímax: “amplifica o enunciado, numa intensificação crescente, com palavras ou grupo de palavras de significado relacionado” (FIORIN, 2016, p. 147).
  - b. Gradação em anticlímax: “colocam-se os termos numa sequência que vai do mais intenso para o menos intenso” (FIORIN, 2016, p. 148).
34. Hipérbato: “significa as transferências das palavras e as construções realmente insólitas que contribuem para a mudança artística da linguagem” (SUHAMY, 1994, p. 101).
35. Hipotipose (ou enargia ou écfrese ou diatipose ou evidência ou demonstração ou ilustração): “descrição ou um discurso que não procura unicamente significar o seu objeto pela linguagem, mas que se esforça por tocar na imaginação do receptor e evocar a cena descrita através de estratégias imaginativas ou associativas” (SUHAMY, 1994, p. 107); figura que “pinta as coisas de um modo tão vivo e enérgico que parece colocá-las sob os olhos do leitor” (FIORIN, 2016, p. 155).
36. Hipozeuxe (ou subneccção): “paralelismo apreendido intelectualmente, sem suporte sonoro” (SUHAMY, 1994, p. 85).
37. Histerologia (ou hýsteron próteron): “inversão estilística [...] que altera não a ordem gramatical das palavras, mas a ordem cronológica dos fatos” (SUHAMY, 1994, p. 103).
38. Interrogação: “sistema pergunta-resposta utilizado como um modo de apresentação mais atraente do que o tradicional” (SUHAMY, 1994, p. 115).

39. Inversão: “troca de posições que se faz entre o verbo e o sujeito” (SUHAMY, 1994, p. 100).
40. Mesodiplose: “repetição de uma palavra ou sintagma [no meio] de outra oração ou verso” (FIORIN, 2016, p. 32).
41. Metábole (ou sinonímia): “que se estende o enunciado com muitos sinônimos, para dar ênfase ao sentido” (FIORIN, 2016, p. 143).
42. Palilogia: “a repetição de uma oração ou verso” (FIORIN, 2016, p. 127).
43. Paradiástole: espécie de paralelismo que “alinha segmentos com a mesma sintaxe, o mesmo ritmo e o mesmo comprimento” (SUHAMY, 1994, p. 85).
44. Paráfrase: “consiste em produzir uma unidade linguística equivalente semanticamente a uma unidade anterior” (FIORIN, 2016, p. 136).
45. Paralelismo (ou isócolo): sobreposição de “construções idênticas sem repetir as mesmas palavras” (SUHAMY, 1994, p. 85); “figura em que se repetem várias orações ou sintagmas com a mesma extensão e a mesma organização sintática” (FIORIN, 2016, p. 139).
46. Paralelo: “é a descrição que confronta, do ponto de vista físico e moral, duas personagens” (FIORIN, 2016, p. 158).
47. Parataxe (ou disjunção): “toda a técnica de escrita que justapõe as palavras ou grupo de palavras, suprimindo o mais possível as partículas de ligação” (SUHAMY, 1994, p. 132).
48. Parêntese: “indica uma frase introduzida sem ligação gramatical ou lógica aparente com a trama principal do texto, mas que cria um contraponto narrativo ou temático e alarga o campo imaginário suscitado pela obra” (SUHAMY, 1994, p. 121).
49. Perissologia: “consiste em reforçar uma declaração com precisões teoricamente inúteis” (SUHAMY, 1994, p. 82).
50. Pleonasma: “consiste em repetir, redundante mas justificadamente, uma ideia a fim de obter um efeito expressivo” (HENRIQUES, 2011, p. 150); “uma repetição de unidades idênticas do ponto de vista semântico, o que implica que a repetição é tautológica” (FIORIN, 2016, p. 136).
51. Ploce: “repetição de uma palavra ou sintagma medial de uma oração ou verso no início ou fim da oração ou do verso seguinte” (FIORIN, 2016, p. 121).
52. Polissíndeto (ou multiligação): “repetir a própria conjunção” (SUHAMY, 1994, p. 70).
53. Prolepse: “uma forma de inversão por antecipação, menos evidente que a histerologia, e que se integra no pensamento como a forma” (SUHAMY, 1994, p. 103).

54. Prosopografia: “descrição do exterior de uma personagem, ou seja, seus traços físicos, seus gestos” (FIORIN, 2016, p. 157).
55. Quiasmo: “expressão feita principalmente de quatro termos, sendo os dois últimos da mesma natureza que os dois primeiros, mas apresentados numa ordem invertida. Representa-se o quiasmo por uma figura em cruz ou pela sigla ABBA” (SUHAMY, 1994, p. 94).
56. Retificação (ou correção ou epanortose): “reformula-se o que se disse, substituindo por uma expressão mais forte, mais cortante, mais apropriada” (FIORIN, 2016, p. 181).
57. Ritornelo (ou refrão ou estribilho ou antepífora): “quando se repete, em intervalos regulares, um verso ou um grupo de versos” (FIORIN, 2016, p. 128).
58. Símploque (ou símploce ou complexão): “resulta da combinação” da anáfora e da epífora (SUHAMY, 1994, p. 73).
59. Síquise: “uma transposição radical da ordem habitual dos constituintes por meio de uma série de anástrofes e hipérbatos” (FIORIN, 2016, p. 175).
60. Sorites: “é um polissilogismo, em que um elemento do predicado da primeira proposição é retomado como sujeito da segunda e assim sucessivamente até que na conclusão se unem o sujeito da primeira premissa com o predicado da última” (FIORIN, 2016, p. 150).
61. Subjeção: “uma proposição interrogativa utilizada em vez de uma subordinada hipotética” (SUHAMY, 1994, p. 115).
62. Suspensão: “desaceleração do andamento textual por meio de uma sucessão de afirmações que conduzem a uma conclusão” (FIORIN, 2016, p. 180).
63. Tautologia: “definição repetitiva fundada no princípio da identidade: *dinheiro é dinheiro, uma ordem é uma ordem, Deus é Deus*” (SUHAMY, 1994, p. 82).
64. Topografia: “tem por objeto a descrição de um lugar” (FIORIN, 2016, p. 159).
65. Zeugma: “omissão num determinado ponto do enunciado de um elemento linguístico (palavra, sintagma, etc.) já expresso em outro lugar do enunciado” (FIORIN, 2016, p. 167).

### *Semasioestilística*

A “semasioestilística” (HENRIQUES, 2011, p. 148) – que é lembrada quando retomamos a ideia de “estilística da enunciação” (MARTINS, 2008, p. 233; HENRIQUES, 2011, p. 118) e enquadra-se na descrição para “metalogismos” (MONTEIRO, 2005, p. 92) – é

a parte da Estilística que se atém aos recursos aplicados ao sentido e à lógica de um texto, ou de forma mais abrangente, da expressão.

Essa camada, embora não mencionada explicitamente na compilação de Nilce Sant’Anna Martins (2008) sobre Estilística, tem sido percebida dentro dos estudos da enunciação, sobretudo quando direcionada às bifurcações da lógica, às afrontas da coerência. Lembramos que “a coerência diz respeito aos vínculos de significação, à continuidade semântica, à não contradição”, segundo José Lemos Monteiro (2005, p. 92).

Quando pensamos em televisão, vemos que a semasioestilística se mostra pertinente para identificar os traços de susceptibilidade, com base no modo como “os valores expressivos/impressivos” agem dentro do “campo dos pensamentos e sentimentos” (HENRIQUES, p. 148), isto é, como a quebra de padrões pré-estabelecidos pelo discurso televisivo podem criar uma atmosfera de atração ao espectador. A esses efeitos comunicativos provocados aplica-se o nome de “figuras de construção”.

Com base em autores como José Luiz Fiorin (2016) e Henri Suhamy (1994), estabelecemos um levantamento das figuras de pensamento passíveis de existência no universo midiático. Foram detectadas, na bibliografia consultada, exatas 26 figuras de palavras, número que pode se expandir em pesquisas futuras. Para que tenhamos registro de suas definições e características, listamos cada uma delas abaixo, em ordem alfabética:

1. Antífrase (ou ironia): “um significado tem o seu valor invertido, abarcando assim o sentido x e seu oposto” (FIORIN, 2016, p. 69).
2. Antiparástase: “é um argumento através do qual se apoia sobre a parte mais fraca do seu dossiê a fim de o virar a seu favor” (SUHAMY, 1994, p. 148).
3. Antítese: “consiste em explorar com expressividade palavras e ideias de campos semânticos opostos ou autoexcludentes” (HENRIQUES, 2011, p. 148); “no domínio da linguagem visual, a antítese é constituída pelo contraste de elementos plásticos como cores, formas, posições; na música, pela oposição de tons” (FIORIN, 2016, p. 153).
4. Antorismo: “é uma réplica que retoma de maneira severa as palavras de um adversário” (SUHAMY, 1994, p. 148).
5. Apodioxis (ou apodioxe): “é a rejeição de um argumento como absurdo” (SUHAMY, 1994, p. 149).
6. Associação: “consiste em dar lições ao incluir-se entre os destinatários” (SUHAMY, 1994, p. 149).
7. Ateísmo (ou asteísmo): “é uma forma de ironia ao contrário, que consiste em adular alguém disfarçando a blasfema” (SUHAMY, 1994, p. 143).

8. Comunicação: “é uma atitude pela qual, a fim de melhor persuadir aqueles a quem ou contra quem se fala, tem-se o ar de os consultar, de entrar em conferência com eles, e de se reportar ao que os próprios decidirão” (SUHAMY, 1994, p. 149).
9. Concessão (ou paramologia): “é um momento do discurso em que se admite até um certo ponto o fundamento dos argumentos adversos, para melhor os refutar” (SUHAMY, 1994, p. 147).
10. Contrafissão: “exclamação irônica, em forma de conselho” (SUHAMY, 1994, p. 143).
11. Diasirme: “recurso agressivo, em que a ironia se torna agressiva e diretamente denunciadora” (SUHAMY, 1994, p. 143).
12. Gnomismo: “tendência para fixar as lições de sabedoria” (SUHAMY, 1994, p. 146).
13. Hipérbole: “consiste em usar formas e expressões (não plausíveis) que representem o exagero pretendido para se apresentar uma ideia” (HENRIQUES, 2011, p. 149); “a hipérbole violenta a realidade, exagerando as ideias, não raro até o absurdo, sem que se encontre qualquer limite” (MARTINS, 2008, p. 265).
14. Litotes: “negar o contrário daquilo que se quer afirmar [...], abarcando o sentido x e a negação do seu contrário” (FIORIN, 2016, p. 73).
15. Optação: “expressão de um desejo, sobretudo quando ela se desenvolve de uma fora lírica, sendo a realização do desejo suspensa por decisões sobre-humanas que se procuram obter por encantos” (SUHAMY, 1994, p. 145).
16. Oximoro (ou antilogia): “combinam numa mesma expressão elementos linguísticos semanticamente opostos” (FIORIN, 2016, p. 59).
17. Paradoxismo: afronta à lógica que “resulta frequentemente da manipulação das palavras, mais do que do conteúdo” (SUHAMY, 1994, p. 146).
18. Paradoxo: “formulação de um pensamento que parece ilógico ou contrário aos dados de experiência” (SUHAMY, 1994, p. 145).
19. Pariponoian: “enunciado violentamente ilógico” (SUHAMY, 1994, p. 146).
20. Permissão (ou epitropo ou építrope): “apóstrofe pela qual se convida ironicamente o destinatário a perseverar-se na sua torpeza” (SUHAMY, 1994, p. 144).
21. Precaução: “é uma introdução na matéria, na qual se anuncia modestamente os seus limites” (SUHAMY, 1994, p. 147).
22. Preterição (ou pretermissão): “consiste em anunciar que não vai se tratar tal assunto, mesmo que na realidade se fale dele”.
23. Queleuasma (ou cleuasma ou autocategorema ou prosipoiesia ou pospolese): “discurso em forma de confissão” (SUHAMY, 1994, p. 144).

24. Rejeição: “é uma espécie de concessão invertida: rejeita-se provisoriamente um argumento para o retomar de seguida” (SUHAMY, 1994, p. 147).
25. Retroação: “correção irônica que contradiz o primeiro enunciado” (SUHAMY, 1994, p. 147)
26. Sincorese: “é uma concessão aparente, mas mais ou menos irônica” (SUHAMY, 1994, p. 147).

### *Nota final*

Uma lista, em língua inglesa, enumerando aproximadamente 1500 figuras estilísticas, pode ser acessada em: <https://rhetfig.appspot.com/list>.

### **Referências**

CHAMIZO DOMÍNGUEZ, Pedro J. La función social y cognitiva del eufemismo y del disfemismo. **Panace@**, v. V, n. 15, p. 45-51, mar. 2004.

FIORIN, José Luiz. **Figuras de Retórica**. São Paulo: Contexto, 2016.

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Estilística e discurso**: estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MARTINS, Nilce Sant’Anna. **Introdução à estilística**: a expressividade na língua portuguesa. 4. ed. rev. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**: manual de análise e criação do estilo literário. Petrópolis: Vozes, 2005.

SUHAMY, Henri. **As figuras de estilo**. Trad. Maria de Fátima Ferreira da Silva. Porto (Portugal): Rés, 1994.